

КОНТРОЛЬНЫЙ
ЭКЗЕМПЛЯР

Учреждение образования
«Белорусский государственный педагогический университет
имени Максима Танка»



А.И.Жук

2024 г.

Регистрационный № УД - 33-1-5-2024 уч.

СПОРТИВНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности:

1-03 02 01 Физическая культура
специализация

1-03 02 01 03 Физкультурно-оздоровительная
и туристско-рекреационная деятельность

2024 г.

Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта высшего образования ОСВО 1-03 02 01-2021 утвержденного 09.02.2022, рег. №22 и учебных планов специальности 1-03 02 01 Физическая культура (15.07.2021, №038-2021/у) (23.06.2022, №131-2021/у)

СОСТАВИТЕЛИ:

А.В. Сазонова, заведующий кафедрой теории и методики физической культуры и менеджмента в туризме факультета физического воспитания БГПУ, кандидат педагогических наук, доцент;

В.Н. Мурзинков, профессор кафедры теории и методики физической культуры и менеджмента в туризме факультета физического воспитания БГПУ, кандидат биологических наук, доцент;

В.И. Врублевская, старший преподаватель кафедры теории и методики физической культуры и менеджмента в туризме факультета физического воспитания БГПУ

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Е.В. Знатнова, заведующий кафедрой физического воспитания и спорта учреждения образования «Белорусский государственный педагогический университет имени Максима Танка», кандидат педагогических наук, доцент;

В.И. Новицкая, декан спортивно-педагогического факультета спортивных игр и единоборств учреждения образования «Белорусский государственный университет физической культуры», кандидат педагогических наук, доцент

СОГЛАСОВАНО

Заведующий физкультурно-оздоровительным отделом

Культурно-спортивного центра УП «Минское отделение

Белорусской железной дороги»

« 18 » 03 2024 г.



Н.В. Антонова

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой теории и методики физической культуры и менеджмента в туризме (протокол № 10 от « 21 » 03 2024 г.)

Заведующий кафедрой

А.В.Сазонова

Научно-методическим советом БГПУ

(протокол № 7 от « 04 » 05 2024 г.)

Оформление учебной программы и сопровождающих ее материалов действующим требованиям Министерства образования Республики Беларусь соответствует

Методист учебно-методического отдела

Директор библиотеки

Е.А.Кравченко

Н.П.Сятковская

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа по дисциплине «Спортивный менеджмент и маркетинг» предназначена для студентов, обучающихся по специальностям 1 – 03 02 01 Физическая культура, специализации 1 – 03 02 01 03 Физкультурно-оздоровительная и туристско-рекреационная деятельность.

В программе подробно рассматривается специфика объекта, процесса и субъекта управления в спорте с точки зрения системного подхода с использованием современных инновационных технологий в управлении.

Программный материал дисциплины способствует подготовке специалистов в области спорта и физической культуры для выполнения профессиональных функций руководителей различного уровня в физкультурно-спортивных организациях различных форм собственности.

Целью преподавания учебной дисциплины является изучение специфики и особенностей управленческой деятельности в сфере физической культуры и спорта на базе теоретических основ менеджмента и маркетинга.

Овладение научными основами теории и практики управления в сфере физической культуры и спорта, формирование управленческого мышления, приобретение знаний и умений принимать управленческие решения знаниями и умениями

Задачи изучения дисциплины:

- сформировать представление о роли законодательства в регулировании правовых отношений в сфере ФК и спорта;
- дать студентам основы знаний по правильному применению нормативных актов к отдельным правовым вопросам, касающимся физкультурно-спортивной деятельности;
- способствовать формированию мировоззрения при освоении специальных дисциплин учебного плана

Место учебной дисциплины в системе подготовки специалиста с высшим образованием, связи с другими учебными дисциплинами. Учебная дисциплина «Спортивный менеджмент и маркетинг» связана с другими дисциплинами учебного плана – «Правовые основы физической культуры и спорта», «Организация и экономика физической культуры и спорта».

Требования к освоению учебной дисциплины в соответствии с образовательным стандартом. Изучение учебной дисциплины «Спортивный менеджмент и маркетинг» должно обеспечить формирование у студентов специализированной компетенции:

СК-8 Владеть методами управления предприятия в сфере физической культуры и спорта, разрабатывать маркетинговые стратегии организаций физической культуры и спорта, осуществлять мероприятия, направленные на их реализацию

В результате изучения учебной дисциплины «Спортивный менеджмент и маркетинг» студент должен **знать:**

- общие тенденции развития спортивного менеджмента в различные

периоды;

- основные системы спортивного маркетинга в отдельных регионах и странах;

уметь:

- анализировать особенности и направленность разных систем спортивного менеджмента и маркетинга в связи с условиями развития общества, физической культуры и спорта в целом и в отдельных странах;

- применять теоретические знания и современные управленческие технологии в своей практической деятельности;

владеть:

- навыками поиска информационных данных по вопросам организации и управления в сфере ФКиС;

- проведения анализа различных систем менеджмента.

В качестве методов, способствующих усилению взаимодействия теоретической и практической подготовки будущего специалиста, рекомендуются: постановка инновационных задач, решение проблемных ситуаций, дискуссии, учебные дебаты, мозговой штурм, инновационное консультирование, экспертиза, методические пробы и устранение ошибок.

Общий объем часов по учебной дисциплине «Спортивный менеджмент и маркетинг» составляет 90 часов, из которых 40 часов – аудиторные и 34 часов – самостоятельная работа студентов. Для дневной формы получения образования предусмотрено: 30 часов – лекции, 10 часов – семинарские занятия.

На изучение учебной дисциплины на заочной форме получения образования отводится 12 аудиторных часов. Распределение аудиторных часов по видам занятий: 8 часов лекций, 4 часа семинарских занятий. Форма контроля знаний на заочной форме получения образования по учебной дисциплине и в соответствии с учебным планом – экзамен в 8-м семестре.

Форма контроля знаний по учебной дисциплине в соответствии с учебным планом – экзамен в 8-м семестре.

**Распределение аудиторного времени
по видам занятий, курсам и семестрам
(дневная форма получения высшего образования)**

Семестр	Количество часов учебных занятий				Сам. (внеауд) работа	Форма промежуточ ной аттестации		
	всего	аудиторные	Из них					
			лекции	семинарские				
7	90	20	14+2 (УСРС)	4	16	Экзамен 3 з.е.		
8		20	12+2 (УСРС)	6	34			
Всего часов:	90	40	30 (из них 4 УСРС)	10	50	Экзамен (3 з.е)		

**Распределение аудиторного времени
по видам занятий, курсам и семестрам
(заочная форма получения высшего образования)**

Семестр	Количество часов учебных занятий				Сам. (внеауд) работа	Форма промежуточ ной аттестации
	всего	аудиторные	Из них			
			лекции	семинарские		
7	90	6	4	2		
8		6	4	2		Экзамен (3 з.е)
Всего часов:	90	12	8	4		Экзамен (3 з.е)

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Раздел 1. ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА

Тема 1.1. Общие представления о системе управленческих технологий

Актуальные проблемы управления физической культурой, спортом и туризмом в современных социально-экономических условиях. Общие понятия об управлении. Идентичность процессов управления социальными, биологическими и техническими системами. Логика управления физкультурно-спортивной организацией, фирмой, предприятием и реализацией производимой ими продукцией (товарами, услугами). Общие определения менеджмента, маркетинга и самоменеджмента.

Тема 1.2. Направления менеджмента и их характеристика

Менеджмент как наука об управлении организацией любого типа, технологическими процессами и людьми в организации. Менеджмент как система. Развитие теории и практики менеджмента. Тектология Богданова А.А. как «Всеобщая организационная наука». Направления менеджмента: рационалистическое направление в менеджменте (школа научного управления, школа административного управления, количественный подход к управлению); поведенческое направление в менеджменте (школа человеческих отношений, школа поведенческих наук); системное направление в менеджменте (системный подход, процессный подход, ситуационный подход).

Раздел 2 ОБЪЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА

Тема 2.1. Физкультурно-спортивная организация как объект управления

Системный анализ физической культуры и спорта как объекта управления. Общая характеристика физкультурно-спортивной организации. Виды организаций и их компоненты. Внутренняя среда спортивной организации (цели, структура, задачи, технологии, люди). Внешняя среда организации и её характеристики (социально-экономические условия, законодательство, потребители, конкуренты и т.д.). Коммуникации физкультурно-спортивной организации и их особенности.

Проектный менеджмент. Спортивное мероприятие как проект.

Нормативно-правовое обеспечение в сфере физической культуры и спорта. Основные нормативные документы, регулирующие деятельность спортивных организаций. Информационное обеспечение в сфере физической культуры и спорта.

Тема 2.2. Коммуникации в спортивной организации

Процесс коммуникаций и эффективность управления. Виды коммуникаций: коммуникации между спортивной организацией и её средой; межуровневые коммуникации в организациях. Элементы и этапы процесса коммуникации. Обратная связь и помехи. Межличностные коммуникации. Преграды на пути межличностных коммуникаций: преграды, обусловленные восприятием, семантические барьеры, семантика, невербальные преграды, плохая обратная связь. Организационные коммуникации. Преграды в организационных коммуникациях: искажение сообщений, информационные перегрузки, неудовлетворительная структура организации. Совершенствование коммуникаций в спортивных организациях: регулирование информационных потоков, управленческие действия, система обратной связи, система сбора предложений, современные информационная технология.

Раздел 3 СИСТЕМНЫЙ АНАЛИЗ ПРОЦЕССА УПРАВЛЕНИЯ В СПОРТИВНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Тема 3.1. Целеполагание, прогнозирование и планирование в спортивной организации

Целеполагание как основа управления. Иерархия и множественность целей. Классификация целей. Построение «дерева целей». Основа прогнозирования, типология прогнозов (поисковый, нормативный, целевой, программный, проектный, организационный). Инструментарий прогнозирования и способ прогнозирования прогнозов в спорте. Планирование и его роль в процессе управления. Стратегическое планирование, его структура и основные черты. Оперативное и текущее планирование. Специфические особенности и виды планирования в деятельности физкультурно-спортивных организаций (план работы организации, план физкультурно-спортивных мероприятий и т.д.).

Тема 3.2. Контроль, принятие управленческих решений

Сущность и назначение контроля. Виды контроля: предварительный, текущий, заключительный. Процесс контроля, этапы контроля: выработка стандартов и критериев, сопоставление с ними реальных результатов, принятие необходимых корректирующих мер. Характеристики эффективного контроля. Информационно-управляющие системы в планировании и контроле. Управленческие решения и их классификация. Подходы к принятию управленческих решений. Рациональное решение проблем. Факторы, влияющие на процесс принятия управленческих решений. Критерии принятия решений, оценка возможных альтернатив и последствий.

Раздел 4 СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ФЕНОМЕН РУКОВОДСТВА

Тема 4.1. Мотивация трудовой деятельности

Смысл и эволюция понятия мотивации. Первоначальные концепции. Современные теории мотивации. Основопологающие понятия: потребности, вознаграждения. Содержательные теории мотивации: иерархия потребностей по Маслоу, теория потребностей МакКлелланда, двухфакторная теория Герцберга. Процессуальные теории мотивации: теория ожиданий, теория справедливости, модель Портера-Лоулера. Применимость различных моделей мотивации на практике в сфере ФКиС.

Тема 4.2. Тренер как руководитель

Руководитель и его роль в управленческой деятельности. Социально-психологический феномен руководства. Социально-психологические основы руководства и эффективность руководящего воздействия. Способы руководящего воздействия (прямой и опосредованный). Учет «человеческого фактора» в управлении. Понятия о стилях руководства. Стиль руководства и результативность производственной деятельности. Власть и влияние: основные типы власти, их эффективность. Лидерство как фактор организации групповой деятельности; типы лидерского поведения. Неформальные структуры в спортивной организации.

Раздел 5 ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА

Тема 5.1. Концепции маркетинга и их особенности. десять шагов в спортивный маркетинг

Введение в маркетинг. Маркетинг как современная технология управления. Связь маркетинга с менеджментом. Концепции управления маркетинговой деятельностью: совершенствование производства, совершенствование товара, интенсификация коммерческих усилий, маркетинга, социально-этичного маркетинга. Характеристика физической культуры и спорта как сферы производства. Четыре правила Гарварда. Определения маркетинга. Логика маркетинга. Основные виды маркетинга. Маркетинг, ориентированный на спортивный продукт (товар, услугу). Маркетинг, ориентированный на потребителя физкультурно-спортивных услуг. Интегрированный маркетинг. Маркетинг открытых систем. Принципы и методы маркетинга. Требования, предъявляемые маркетингом. Десять шагов в маркетинг, маркетинг как система. Компоненты маркетинга: потребители, товар (услуга), рынок, продвижение товара, конкуренты, цена и ценообразование, сервис, формирование спроса и стимулирование сбыта, маркетинговая информация, управление маркетингом.

Тема 5.2. Маркетинговая среда организации физической культуры и спорта

Основные факторы микросреды функционирования организации ФКиС: поставщики, потребители. Контактные аудитории, конкуренты. Основные факторы макросреды функционирования организации ФКиС: демографический, экономический, природный, научно-технический, политический, культурный. Контактные аудитории, как фактор маркетинговой среды. Их разновидности. Демографическая среда как существенный фактор макросреды. Экономическая среда. Научно-техническая среда, её значение в деятельности организаций ФКиС. Политическая среда, её влияние на деятельность организаций ФКиС. Культурная среда, её влияние на деятельность организаций ФКиС.

Раздел 6 ПОТРЕБИТЕЛИ, ТОВАРЫ И РЫНОК ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНЫХ ТОВАРОВ И УСЛУГ

Тема 6.1. Мотивация занятий физической культурой и спортом

Потребители физкультурно-спортивных товаров и услуг и их характеристика. Спортивные организации как потребители товаров и услуг, производимых в сфере спорта. Факторы, влияющие на поведение людей как потребителей физкультурно-спортивных товаров и услуг. Факторы культурного порядка. Социальные факторы и их особенности. Личностные факторы и их влияние на активность в физкультурно-спортивной деятельности. Психологические факторы и их характеристика. Современные теории мотивации и их применение при производстве физкультурно-спортивных услуг.

Тема 6.2. Физическая культура и спорт как сфера производства товаров и услуг

Общая характеристика продукта (товаров и услуг), производимого в сфере физической культуры и спорта. Определения продукта (товара, услуги): продукт по замыслу, продукт в реальном исполнении, продукт с подкреплением. Позиционирование физкультурно-спортивных товаров и услуг. Жизненный цикл физкультурно-спортивного продукта. Стадии жизненного цикла. Виды жизненных циклов товара.

Тема 6.3. Рынок физкультурно-спортивных товаров и услуг и его сегментация

Рынок и его особенности. Общая характеристика рынка и его классификация. Сегментация рынка, признаки и критерии сегментации. Сегментация рынка по группам потребителей, основные факторы сегментации: географические, демографические, психографические, поведенческие. Особенности применения основных видов сегментации. Расчет ёмкости рынка. Оценка привлекательности рынка. Алгоритм выбора

рынка. Особенности анализа рынка физкультурно-спортивных и туристских товаров и услуг.

Раздел 7 Деятельность на рынке физкультурно-спортивных товаров и услуг

Тема 7.1. Распределение товара на рынок и особенности конкурентной борьбы

Распределение физкультурно-спортивных товаров и услуг на рынок. Природа каналов распределения товара, функции и число уровней каналов распределения. Вертикальные и горизонтальные маркетинговые системы распределения. Структура и варианты выбора канала продвижения и распределения товаров и услуг в сфере физической культуры, спорта и туризма. Конкуренты и конкуренция. Виды и методы конкуренции. Закономерности конкурентной борьбы в сфере спорта и её правила. Логика анализа хозяйственного профиля основных конкурентов (рынок, продукт, цены, продвижение на рынок, организация сбыта). Логика анализа сильных и слабых сторон своего предприятия в конкурентной борьбе. Ключевые факторы успеха и их выявление, конкурентно-благоприятные факторы.

Тема 7.2. Ценообразование, формирование спроса и стимулирование сбыта физкультурно-спортивных товаров и услуг

Цена и ценообразование. Цели ценовой политики и её роль в спортивном маркетинге. Ценовая политика и её связь с положением на рынке. Факторы, влияющие на ценовую политику. Ценообразование на различных типах рынка; выбор метода ценообразования. Стратегия цены и ценообразования на товары и услуги в сфере физической культуры и спорта. Формирование спроса и стимулирование сбыта (ФОССТИС). Система маркетинговых коммуникаций и средства воздействия на покупателя.

Гудвилл в сфере физической культуры и спорта. Гудвилл спортивной организации, гудвилл спортсмена (команды).

Особенности и структура рекламной деятельности: составляющие рекламы, схема мероприятий по формированию рекламы. Планирование и проведение рекламной компании. Структура и особенности рекламы в сфере физической культуры и спорта. Стимулирование сбыта (СТИС) и его особенности. СТИС, направленный на покупателя и на продавцов. Мероприятия ФОССТИС по отношению к фазам жизненного цикла товара.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«Спортивный менеджмент и маркетинг»
(дневная форма получения образования)

Номер раздела, тема, занятия	Название раздела, темы, занятия; перечень изучаемых вопросов								
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Управляемая самостоятельная работа	Самостоятельная (внеаудиторная) работа	Методические пособия, средства обучения (оборудование, учебно-наглядные пособия и др.)	Литература	Формы контроля знаний
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
7 семестр									
1.	Раздел 1. Основы менеджмента физической культуры и спорта	2				6			
1.1.	Общие представления о системе управленческих технологий и направления менеджмента	2				2			
1.1.1	Актуальные проблемы управления физической культуры, спортом и туризмом в современных социально-экономических условиях. История возникновения менеджмента как науки. Школы менеджмента. Общие понятия об управлении. Идентичность процессов управления социальными, биологическими и техническими системами.	2					Мультимедийная презентация №1	1, 2, 3, 4 (о) 1, 2, 3, 4, 5 (д)	Конспект
1.1.2	Логика управления физкультурно-спортивной организацией, фирмой, предприятием и реализацией производимой ими продукцией (товарами, услугами). Общие определения менеджмента, маркетинга и самоменеджмента.					2		1, 2, 3, 4 (о) 1, 2, 3, 4, 5 (д)	Выполнение индивидуальных заданий
1.2.	Направления менеджмента и их характеристика					4			
1.2.1	Классификация направлений менеджмента. Современные направления менеджмента: основные положения, принципы и идеи					2	Мультимедийная презентация	1, 2, 3, 4 (о) 1, 2, 3,	Конспект

							Ситуационные задачи	4, 5 (д)	
2.	Раздел 2. Объекты управления в сфере физической культуры и спорта	6		2					
2.1.	Физкультурно-спортивная организация как объект управления	4							
2.1.1	Системный анализ физической культуры и спорта как объекта управления. Общая характеристика физкультурно-спортивной организации. Виды организаций и их компоненты. Проектный менеджмент. Спортивное мероприятие как проект.	2					Мультимедийная презентация №2	1, 2, 3, 4 (о) 1, 2, 3, 4, 5 (д)	Конспект
2.1.2	Нормативно-правовое и информационное обеспечение менеджмента в сфере физической культуры и спорта	2					Мультимедийная презентация	1,2,3,4 (о), 1,2,3 (д)	Конспект
2.2	Коммуникации в спортивной организации	2		2					
2.2.1	Процесс коммуникаций и эффективность управления.	2					Мультимедийная презентация №3	1, 2, 3, 4 (о) 1, 2, 3, 4, 5 (д)	Конспект
2.2.2	Виды коммуникаций: коммуникации между спортивной организацией и её средой; межуровневые коммуникации в организациях.					2	Раздаточный материал	1, 2, 3, 4 (о) 1, 2, 3, 4, 5 (д)	Ситуационные задания
2.2.3	Элементы и этапы процесса коммуникации. Обратная связь и помехи			2				1, 2, 3, 4 (о) 1, 2, 3, 4, 5 (д)	Опрос

3.	Раздел 3. Системный анализ управления в спортивной организации	2		2	2л				
3.1.	Целеполагание, прогнозирование и планирование в спортивной организации				2л				
3.1.1	Целеполагание как основа управления. Иерархия и множественность целей. Классификация целей.				2л			1, 2, 3, 4 (о) 1, 2, 3, 4, 5 (д)	Конспект
3.1.2.	Планирование в спортивной организации. Построение «дерева целей». Основа прогнозирования, типология прогнозов					2	Раздаточный материал	1, 2, 3, 4 (о) 1, 2, 3, 4, 5 (д)	Индивидуальные задания
3.2.	Контроль, принятие управленческих решений	2							
3.2.1	Сущность и назначение контроля. Виды контроля: предварительный, текущий, заключительный. Процесс контроля, этапы контроля, выработка стандартов и критериев, сопоставление с ними реальных результатов	2					Мультимедийная презентация №4	1, 2, 3, 4 (о) 1, 2, 3, 4, 5 (д)	Конспект
3.2.2	Принятие управленческих решений.			2			Ситуационные задачи	1, 2, 3, 4 (о) 1, 2, 3, 4, 5 (д)	Круглый стол Рейтинговая работа №1
4.	Раздел 4. Социально-психологический феномен руководства	4				8			
4.1.	Мотивация трудовой деятельности	2							
4.1.1	Смысл и эволюция понятия мотивации. Первоначальные концепции. Современные теории мотивации. Основополагающие понятия: потребности, вознаграждения. Содержательные теории мотивации: иерархия потребностей по Маслоу, теория потребностей МакКлелланда, двухфакторная теория Герцберга.	2					Мультимедийная презентация №5	1, 2, 3, 4 (о) 1, 2, 3, 4, 5 (д)	Конспект
4.1.2.	Применимость различных моделей мотивации на практике в сфере ФКиС					2	Раздаточный материал	1, 2, 3, 4 (о)	Конспект

								1, 2, 3, 4, 5 (д)	
4.1.3	Мотивация в сфере ФКиС Личность тренера в системе ФКиС					4		1, 2, 3, 4 (о) 1, 2, 3, 4, 5 (д)	Конспект Разработка анкеты
4.2.	Тренер как руководитель	2				2			
4.2.1	Руководитель и его роль в управленческой деятельности. Социально-психологический феномен руководства. Социально-психологические основы руководства и эффективность руководящего воздействия. Способы руководящего воздействия (прямой и опосредованный).	2					Мультимедийная презентация №6	1, 2, 3, 4 (о) 1, 2, 3, 4, 5 (д)	Конспект
	Всего за 7-ой семестр	14		4	2л	16			
5.	Раздел 5. Основы маркетинга физической культуры и спорта	4		2		6			
5.1.	Концепции маркетинга и их особенности	2							
5.1.1	Введение в маркетинг Маркетинг как современная технология управления Связь маркетинга с менеджментом	2						1, 2, 3, 4 (о) 1, 2, 3, 4, 5 (д)	Конспект
5.2.	Маркетинговая среда организации физической культуры и спорта.	2		2		6			
5.2.1	Основные факторы микросреды функционирования организации ФКиС: поставщики, потребители. Контактные аудитории, конкуренты. Основные факторы макросреды функционирования организации ФКиС: демографический, экономический, природный, научно-технический, политический, культурный. Контактные аудитории, как фактор маркетинговой среды. Политическая среда, её влияние на деятельность организаций ФКиС.	2		2		6	Мультимедийная презентация №7	1, 2, 3, 4 (о) 1, 2, 3, 4, 5 (д)	Конспект Круглый стол опрос

	Культурная среда, её влияние на деятельность организаций ФКиС.,								
6.	Раздел 6. Потребители, товары и рынок физкультурно-спортивных товаров и услуг	4		2		16			
6.1.	Мотивация занятий физической культурой и спортом					6			
6.1.1	Социальные факторы и их особенности. Личностные факторы и их влияние на активность в физкультурно-спортивной деятельности. Психологические факторы и их характеристика. Современные теории мотивации и их применение при производстве физкультурно-спортивных услуг			2		6		1, 2, 3, 4 (о) 1, 2, 3, 4, 5 (д)	Эссе Разработка анкеты Индивидуаль ные задания
6.2	Физическая культура и спорт как сфера производства товаров и услуг	2				4			
6.2.1	Общая характеристика продукта (товаров и услуг), производимого в сфере физической культуры и спорта. Позиционирование физкультурно-спортивных товаров и услуг.	2					Мультимедий ная презентация №8	1, 2, 3, 4 (о) 1, 2, 3, 4, 5 (д)	Конспект
6.2.2	Жизненный цикл физкультурно-спортивного продукта . Стадии жизненного цикла. Виды жизненных циклов товара					4	Раздаточный материал	1, 2, 3, 4 (о) 1, 2, 3, 4, 5 (д)	Индивидуаль ные задания
6.3	Рынок физкультурно-спортивных товаров и услуг и его сегментация.	2				6			
6.3.1	Рынок и его особенности. Общая характеристика рынка и его классификация. Сегментация рынка, признаки и критерии сегментации	2					Мультимедий ная презентация №9	1, 2, 3, 4 (о) 1, 2, 3, 4, 5 (д)	Конспект
6.3.2	Сегментация рынка, признаки и критерии сегментации					6	Ситуационные задачи	1, 2, 3, 4 (о) 1, 2, 3, 4, 5 (д)	Индивидуаль ные задания

7	Раздел 7. Деятельность на рынке физкультурно-спортивных товаров и услуг	4		2	2л	12			
7.1	Распределение товаров на рынок и особенности конкурентной борьбы	2				6			
7.1.1	Распределение физкультурно-спортивных товаров услуг на рынок. Природа каналов распределения товара, функции и число уровней каналов распределения.	2					Мультимедийная презентация №10	1, 2, 3, 4 (о) 1, 2, 3, 4, 5 (д)	Конспект
7.1.2	Особенности конкурентной борьбы Структура и варианты выбора канала продвижения и распределения товаров и услуг в сфере физической культуры, спорта и туризма. Конкуренты и конкуренция					6	Ситуационные задачи, раздаточный материал	1, 2, 3, 4 (о) 1, 2, 3, 4, 5 (д)	Индивидуальные задания
7.2	Ценообразование, формирование спроса и стимулирование сбыта физкультурно-спортивных товаров и услуг	2		2	2л	6			
7.2.1.	Цена и ценообразование. Цели ценовой политики и её роль в спортивном маркетинге. Ценовая политика и её связь с положением на рынке.				2л	6	Ситуационные задачи, раздаточный материал	1, 2, 3, 4 (о) 1, 2, 3, 4, 5 (д)	Индивидуальные задания
7.2.2	Формирование спроса и стимулирование сбыта (ФОССТИС). Особенности и структура рекламной деятельности Планирование и проведение рекламной компании Мероприятия ФОССТИС по отношению к фазам жизненного цикла товара.	2		2			Раздаточный материал	1, 2, 3, 4 (о) 1, 2, 3, 4, 5 (д)	Рейтинговая контрольная работа №2
	Всего за семестр	12		6	2л	34			
	Всего по дисциплине:	26		10	4л	50			Экзамен 3 з.е

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«Спортивный менеджмент и маркетинг»
(заочная форма получения образования)

2	Название раздела, темы, занятия; перечень изучаемых вопросов								
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Управляемая самостоятельная работа	Самостоятельная (внеаудиторная) работа	Методические пособия, средства обучения (оборудование, учебно-наглядные пособия и др.)	Литература	Формы контроля знаний
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
6 семестр									
1.	Раздел 1. Основы менеджмента физической культуры и спорта	2							
1.1.	Общие представления о системе управленческих технологий и направления менеджмента	2							
1.1.1	Актуальные проблемы управления физической культуры, спортом и туризмом в современных социально-экономических условиях. Классификация направлений менеджмента. Современные направления менеджмента: основные положения, принципы и идеи	2					Мультимедийная презентация №1	1, 2, 3, 4 (о) 1, 2, 3, 4, 5 (д)	Конспект
2.2	Коммуникации в спортивной организации.		2						
2.2.2	Виды коммуникаций: коммуникации между спортивной организацией и её средой; межуровневые коммуникации в организациях.		2				Раздаточный материал	1, 2, 3, 4 (о) 1, 2, 3, 4, 5 (д)	Ситуационные задания
4.	Раздел 4. Социально-психологический феномен руководства	2							
4.1.	Мотивация трудовой деятельности	2							
4.1.1	Смысл и эволюция понятия мотивации. Первоначальные концепции. Современные теории мотивации. Основополагающие	2					Мультимедийная презентация	1, 2, 3, 4 (о) 1, 2, 3,	Конспект

	понятия: потребности, вознаграждения. Содержательные теории мотивации: иерархия потребностей по Маслоу, теория потребностей МакКлелланда, двухфакторная теория Герцберга. Процессуальные теории мотивации: теория ожиданий, теория справедливости, модель Портера-Лоулера Применимость различных моделей мотивации на практике в сфере ФКиС						№5	4, 5 (д)	
	Всего в 6 семестре:	4		2					
	7 семестр								
5.	Раздел 5. Основы маркетинга физической культуры и спорта	2							
5.2.	Маркетинговая среда организации физической культуры и спорта	2							
5.2.1	Основные факторы микросреды функционирования организации ФКиС: поставщики, потребители. Контактные аудитории, конкуренты. Основные факторы макросреды функционирования организации ФКиС: демографический, экономический, природный, научно-технический, политический, культурный. Контактные аудитории, как фактор маркетинговой среды. Политическая среда, её влияние на деятельность организаций ФКиС. Культурная среда, её влияние на деятельность организаций ФКиС.,	2					Мультимедийная презентация №7	1, 2, 3, 4 (о) 1, 2, 3, 4, 5 (д)	Круглый стол опрос
6.	Раздел 6. Потребители, товары и рынок физкультурно-спортивных товаров и услуг			2					
6.3	Рынок физкультурно-спортивных товаров и услуг и его сегментация.			2					
6.3.1	Рынок и его особенности. Общая характеристика рынка и его классификация. Сегментация рынка, признаки и критерии сегментации			2			Мультимедийная презентация №9	1, 2, 3, 4 (о) 1, 2, 3, 4, 5 (д)	Конспект

7	Раздел 7. Деятельность на рынке физкультурно-спортивных товаров и услуг	2							
7.1	Ценообразование, формирование спроса и стимулирование сбыта физкультурно-спортивных товаров и услуг Распределение товаров на рынок и особенности конкурентной борьбы Особенности конкурентной борьбы	2					Мультимедийная презентация №10	1, 2, 3, 4 (о) 1, 2, 3, 4, 5 (д)	Конспект
	Всего в 7 семестре:	4		2					Экзамен 3 з.е
	Всего по дисциплине	8		4					Экзамен 3 з.е

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

ЛИТЕРАТУРА

Основная литература

1. Бондарович, Ж. Н. Спортивный менеджмент и маркетинг : пособие / Ж. Н. Бондарович, Т. А. Николайчик ; Белорус. гос. ун-т физ. культуры ; под общ. ред. Н. Н. Троцевского. – Минск : БГУФК, 2020. – 115 с.
2. Нахаева, Е. М. Организация и экономика физической культуры и спорта : учеб. пособие / Е. М. Нахаева, Н. В. Минина. – Минск : Респ. ин-т проф. образования, 2022. – 167 с.
3. Дурович, А. П. Интегрированные маркетинговые исследования : учеб. пособие / А. П. Дурович, Н. И. Гришко. – Минск : Междунар. ун-т «МИТСО», 2023. – 320 с.
4. Котляров, И. В. Формирование командных лидеров в сфере спорта : социол. тренды / И. В. Котляров, Н. С. Рысюкевич ; НАН Беларуси, Ин-т социологии. – Минск : Беларус. навука, 2019. – 440 с.

Дополнительная литература

5. Межкультурная коммуникация в сфере спорта : рабочая тетр. / Белорус. гос. пед. ун-т ; сост.: О. В. Чурай [и др.]. – Минск : БГПУ, 2022. – 28 с.
6. Морозов, А. В. Деловой этикет, протокол и технологии публичных выступлений : учеб. пособие / А. В. Морозов, Н. В. Волох. – Минск : Акад. упр. при Президенте Респ. Беларусь, 2023. – 152 с.
7. Король, А. Д. Экономика. Менеджмент : эврист. (открытые) задания участников семинара «Методика обучения через открытие: как обучать всех по-разному, но одинаково» : практикум / под ред. А. Д. Короля. – Минск : Белорус. гос. ун-т, 2018. – 47 с.
8. Галкин, В. В. Экономика спорта и спортивный бизнес / В. В. Галкин. – М. : КНОРУС, 2006. – 320 с.
9. Экономика физической культуры и спорта : учеб.-метод. пособие / Л. Г. Вакалова [и др.]. – Краснодар : Кубан. гос. ун-т физ. культуры, спорта и туризма, 2005. – 115 с.
10. Спортивное право Республики Беларусь [Электронный ресурс] : учеб. пособие / под ред. В. С. Каменкова // Sportclub^{by}. – Режим доступа: https://sportclub.by/upload/iblock/acc/vdp8wdozlstphvkkjh3cbusxl451i8sy/Спортивное_право.pdf. – Дата доступа: 05.06.2024.
11. О физической культуре и спорте [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь от 4 янв. 2002 г. № 125-З : в ред. от 9 янв. 2018 г. № 92-З, от 19 июля 2022 г. № 200-З // iLex : информ. правовая система / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2024.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ УПРАВЛЯЕМОЙ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

1. Преподаватель отвечает за планирование, организацию и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов: доводит до сведения студентов выделенные на самостоятельное изучение темы или разделы дисциплины; разрабатывает контрольные вопросы и задания, подбирает источники литературы; знакомит с требованиями по форме и срокам выполнения заданий; проводит установочные занятия, индивидуальные консультации, контрольные мероприятия, собеседования.

2. Студент должен: ознакомиться с темой, перечнем вопросов (заданий), подлежащих изучению (выполнению) и планом изложения материала; ознакомиться с требованиями по форме и срокам выполнения заданий, а также по форме их контроля; изучить рекомендованные источники литературы, проанализировать, обобщить и законспектировать материал согласно плану (выполнить задание); подготовить и представить выполненную работу (реферат, презентацию, доклад, задание), согласно срокам и форме контроля.

3. Требования к форме и срокам выполнения самостоятельной работы студентов: все контрольные вопросы по теме (разделу) дисциплины должны быть раскрыты согласно предложенному преподавателем плану; задание может быть выполнено в виде презентации или в форме реферата (в рукописном варианте в отдельной тетради для УСРС); наличие списка литературы с полным библиографическим описанием обязательно

Студенты, не выполнившие задания по УСР, считаются не выполнившими учебный план и не допускаются к промежуточной форме контроля по дисциплине.

ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ЗАДАНИЙ И КОНТРОЛЬНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ УПРАВЛЯЕМОЙ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Тема 3.1. «Целеполагание, прогнозирование и планирование в спортивной организации» (лекционное занятие, 2ч).

Вопросы для рассмотрения

- 1.Целеполагание как основа управления.
- 2.Иерархия и множественность целей.
- 3.Классификация целей.
4. Построение «дерева целей».
5. Основа прогнозирования, типология прогнозов (поисковый, нормативный, целевой, программный, проектный, организационный).

МОДУЛЬ 1

Учебные задания по теме УСР, формирующие компетенции на уровне узнавания:

составить краткий конспект лекции по тематике занятия.

Форма контроля: собеседование, защита краткого конспекта лекции.

МОДУЛЬ 2

Учебные задания по теме УСР, формирующие компетенции на уровне воспроизведения:

подготовить мультимедийную презентацию по одному из вопросов из предложенного перечня вопросов для рассмотрения.

Форма контроля: собеседование, защита мультимедийной презентации.

МОДУЛЬ 3

Учебные задания по теме УСР, формирующие компетенции на уровне применения полученных знаний:

подготовить научный обзор по одному из предложенных вопросов на основании научных публикаций (научные статьи в реферируемых научных журналах, сборниках научных статей, сборниках материалов научных конференций);

Форма контроля: собеседование, обсуждение содержания вопросов на основании современных достижений по изучению системы менеджмента в спортивных организациях.

Литература:

Основная: (1, 2, 3, 4).

Дополнительная: (1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8).

Тема 4.1. «Мотивация трудовой деятельности. Личность тренера в системе ФКи С» (практическое занятие, 2ч).

Вопросы для рассмотрения

1. Современные теории мотивации. Основопологающие понятия: потребности, вознаграждения.
2. Личность тренера в системе ФКи С

МОДУЛЬ 1

Учебные задания по теме УСР, формирующие компетенции на уровне узнавания:

составить краткий конспект лекции по тематике занятия.

Форма контроля: собеседование, защита краткого конспекта лекции.

МОДУЛЬ 2

Учебные задания по теме УСР, формирующие компетенции на уровне воспроизведения:

подготовить мультимедийную презентацию по одному из вопросов из предложенного перечня вопросов для рассмотрения.

Форма контроля: собеседование, защита мультимедийной презентации.

МОДУЛЬ 3

Учебные задания по теме УСР, формирующие компетенции на уровне применения полученных знаний:

подготовить научный обзор по одному из предложенных вопросов на основании научных публикаций (научные статьи в реферируемых научных журналах, сборниках научных статей, сборниках материалов научных конференций);

Форма контроля: собеседование, обсуждение содержания вопросов на основании современных достижений по изучению системы менеджмента в спортивных организациях.

Литература:

Основная: (1, 2, 3, 4).

Дополнительная: (1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8).

Тема 5.1. «Концепции маркетинга и их особенности. Десять шагов в спортивный маркетинг» (лекционное занятие, 2ч)

Вопросы для рассмотрения:

1. Маркетинг как современная технология управления.
2. Связь маркетинга с менеджментом.
3. Концепции управления маркетинговой деятельностью: совершенствование производства, совершенствование товара,

интенсификация коммерческих усилий, маркетинга, социально-этичного маркетинга.

4. Характеристика физической культуры и спорта как сферы производства:

МОДУЛЬ 1

Учебные задания по теме УСР, формирующие компетенции на уровне узнавания:

составить краткий конспект лекции по тематике занятия.

Форма контроля: собеседование, защита краткого конспекта лекции.

МОДУЛЬ 2

Учебные задания по теме УСР, формирующие компетенции на уровне воспроизведения:

подготовить мультимедийную презентацию по одному из вопросов из предложенного перечня вопросов для рассмотрения.

Форма контроля: собеседование, защита мультимедийной презентации.

МОДУЛЬ 3

Учебные задания по теме УСР, формирующие компетенции на уровне применения полученных знаний:

подготовить научный обзор по одному из предложенных вопросов на основании научных публикаций (научные статьи в реферируемых научных журналах, сборниках научных статей, сборниках материалов научных конференций);

Форма контроля: собеседование, обсуждение содержания вопросов на основании современных достижений по теме изучения спортивного маркетинга.

Литература:

Основная: (1, 2, 3, 4).

Дополнительная: (1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8).

Тема 6.1. «Мотивация занятий физической культурой и спортом» (семинарское занятие, 2ч)

Вопросы для рассмотрения:

Вопросы:

1. Социальные факторы и их особенности.
2. Личностные факторы и их влияние на активность в физкультурно-спортивной деятельности.
3. Психологические факторы и их характеристика,

МОДУЛЬ 1

Учебные задания по теме УСР, формирующие компетенции на уровне узнавания:

составить краткий конспект лекции по тематике занятия.

Форма контроля: собеседование, защита краткого конспекта лекции.

МОДУЛЬ 2

Учебные задания по теме УСР, формирующие компетенции на уровне воспроизведения:

подготовить мультимедийную презентацию по одному из вопросов из предложенного перечня вопросов для рассмотрения.

Форма контроля: собеседование, защита мультимедийной презентации.

МОДУЛЬ 3

Учебные задания по теме УСР, формирующие компетенции на уровне применения полученных знаний:

подготовить научный обзор по одному из предложенных вопросов на основании научных публикаций (научные статьи в реферируемых научных журналах, сборниках научных статей, сборниках материалов научных конференций);

Форма контроля: собеседование, обсуждение содержания вопросов на основании современных достижений по теме изучения системы маркетинга физкультурно-спортивной организации.

Литература:

Основная: (1, 2, 3, 4).

Дополнительная: (1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8).

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ И ВЫПОЛНЕНИЮ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТА ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

Самостоятельная работа студентов – форма организации учебного процесса, направленная на активизацию учебно-познавательной деятельности студентов, формирование у них умений и навыков самостоятельного приобретения, обобщения и применения знаний при методическом руководстве и контроле преподавателя.

1. Преподаватель отвечает за планирование, организацию и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов:

- доводит до сведения студентов выделенные на самостоятельное изучение темы или разделы дисциплины;
- разрабатывает контрольные вопросы и задания, подбирает литературные источники;
- знакомит с требованиями по форме и срокам выполнения заданий;
- проводит установочные занятия, индивидуальные консультации, контрольные мероприятия, собеседования.

2. Студент должен:

- ознакомиться с темой, перечнем заданий (вопросов), подлежащих изучению (выполнению) и планом изложения материала;
- ознакомиться с требованиями по форме и срокам выполнения заданий, формами контроля знаний;
- изучить рекомендуемые источники литературы, проанализировать, обобщить и законспектировать материал согласно плану (выполнить задание);
- подготовить и представить выполненную работу согласно срокам и форме контроля знаний.

3. Требования к формам и срокам выполнения самостоятельной работы студентов:

- все контрольные вопросы по теме (разделам) дисциплины должны быть раскрыты согласно предложенному преподавателем плану;
- задание может быть выполнено в виде реферата, презентации, доклада, эссе, защиты выполненного практического задания;
- наличие списка использованной учебно-методической и научной литературы с полным библиографическим описанием;
- студент обязан выполнить все установленные учебной программой задания.

При невыполнении заданий студент не допускается к промежуточной форме контроля знаний по дисциплине.

**Требования к выполнению самостоятельной работы студентов
по дисциплине «Менеджмент в туризме»**

№ п/п	Название раздела, темы	Кол- во часов на СРС	Задание	Форма выполнения
1.	Направления менеджмента и их характеристика	6	Подготовить реферат на тему «Современные направления менеджмента: основные положения, принципы и идеи.»	Реферат
2.	Применимость различных моделей мотивации на практике в сфере ФКиС	6	Подготовить эссе «Применимость различных моделей мотивации на практике в сфере ФКиС»	Эссе
3.	Политическая среда, её влияние на деятельность организаций ФКиС. Культурная среда, её влияние на деятельность организаций ФКиС.	6	Подготовить доклад на темы «Политическая среда, её влияние на деятельность организаций ФКиС». «Культурная среда, её влияние на деятельность организаций ФКиС»	Реферат
4.	Современные теории мотивации и их применение при производстве физкультурно - спортивных услуг	6	Подготовить эссе «Современные теории мотивации и их применение при производстве физкультурно - спортивных услуг»	Эссе
5.	Жизненный цикл физкультурно-спортивного продукта	6	Описать стадии жизненного цикла товара на конкретном примере	Эссе
6	Особенности конкурентной борьбы	4	Подготовить реферат «Виды конкуренции»	Реферат

7.	Ценообразование, формирование спроса и стимулирование сбыта физкультурно- спортивных товаров и услуг	4	Проанализировать ценообразование физкультурно- спортивных товаров конкурирующих компаний	Защита индивидуаль- ных заданий
	Всего	38		

ПЕРЕЧЕНЬ ИСПОЛЬЗУЕМЫХ СРЕДСТВ ДИАГНОСТИКИ РЕЗУЛЬТАТОВ УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Для контроля качества выполнения требований учебной программы по учебной дисциплине «Спортивный менеджмент и маркетинг» предусматривается использование следующих средств диагностики:

- оценка выполненных индивидуальных заданий и разработанных рекомендаций;
- устный, тестовый или письменный опрос по отдельным тематическим разделам дисциплины;
- защита выполненных заданий, выступление с докладами и мультимедийными презентациями;
- оценка методических разработок и заданий, выполненных на семинарских занятиях и предлагаемых для самостоятельного освоения и выполнения студентами (УСРС);
- письменные контрольные опросы и доклады по отдельным темам;
- доклады на семинарских занятиях;
- эссе;
- круглый стол;
- рейтинговые контрольные работы;
- экзамен в качестве промежуточной оценки знаний студентов.

ПРИМЕРНЫЕ ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЕ ВОПРОСЫ

1. Общие представления о системе управленческих технологий в сфере физической культуры и спорта.
2. Основные компоненты управленческой деятельности.
3. Направление менеджмента и его характеристика.
4. Управление как основа деятельности в сфере физической культуры и спорта.
5. Объекты и субъекты управления в сфере физической культуры и спорта.
6. Системный подход – основа управленческой деятельности.
7. Основные положения системной методологии.
8. Система современных управленческих технологий.
9. Физкультурно-спортивная организация как объект управления.
10. Разновидности физкультурно-спортивных организаций.
11. Компоненты физкультурно-спортивных организаций.
12. Системный анализ процесса управления в сфере физической культуры и спорта.
13. Связующие процессы коммуникации и принятие решений.
14. Процессный подход в менеджменте.
15. Процесс коммуникации и эффективность обоснования целей (целеполагание).
16. Процесс принятия решений.
17. Этапы принятия рационального решения.
18. Критерии принятия решений.
19. Дополнительные факторы принятия решений.
20. Содержание, структура и направленность решений.
21. Планирование и организация как функция управления.
22. Планирование как система и ее основные компоненты.
23. Миссия организации и её значение.
24. Требования к формулировке целей, характеристика целей.
25. Прогнозирование как этап планирования.
26. Основные аспекты организационного процесса.
27. Классификация прогнозов по степени контроля и методам.
28. Мотивация и контроль как функции управления.
29. Современные теории мотивации.
30. Основные понятия и положения теории мотивации.
31. Потребности и мотивационное поведение.
32. Внутренние и внешние вознаграждения.
33. Иерархия потребностей по А. Маслоу.
34. Теория потребностей Д. МакКлелланда.
35. Двухфакторная теория Ф. Герцберга.
36. Теория ожиданий В. Врума.
37. Теория справедливости С. Адамса.

38. Теория мотивации Л. Портера-Э.Лоулера.
39. Сегментация рынка и его принципы.
40. Технология контроля.
41. Требования-категории контроля.
42. Виды контроля.
43. Задачи контроля.
44. Этапы контроля.
45. Методология, контролирующие параметры, методы и техника, периодичность контроля.
46. Методы контроля тренерских коллективов.
47. Роль контроля в принятии управленческих решений.
48. Системный анализ субъекта управления в сфере физической культуры и спорта, организации-субъекты управления.
49. Руководитель как основной субъект управления в сфере физической культуры и спорта.
50. Роль руководителя в управленческой деятельности. Схема управленческой деятельности руководителя.
51. Роль руководителя по Минцбергу.
52. Социально-профессиональный статус руководителя.
53. Иерархическая структура роли руководителя.
54. Основные типы власти и их эффективность.
55. Классификация форм и основ власти.
56. Способы организации групповой деятельности.
57. Услуга как один из основных продуктов в сфере физической культуры и спорта.
58. Внешнее воздействие и стимулы.
59. Теория мотивации МакГрегора – теория человека «Х», человека «У». Теория мотивации «Z» В. Оучи.
60. Понятие о стиле руководства, его характеристики.
61. Лидерство как способ организации групповой деятельности.
62. Классификация феномена лидерства.
63. Маркетинг как технология управления продуктом.
64. Связь маркетинга с менеджментом.
65. Понятие маркетинга как науки.
66. Идея и смысл маркетинга как управленческой технологии.
67. Маркетинг и сфера физической культуры и спорта.
68. Маркетинг как система (два пути).
69. Концепция управления маркетинговой деятельностью и комплекс маркетинговых действий (пять подходов).
70. Субъекты маркетинга в сфере физической культуры и спорта.
71. Объекты маркетинговой деятельности в сфере физической культуры и спорта.
72. Рынок как категория товарного хозяйства и его содержание.
73. Рынок с точки зрения маркетинга.
74. Рынок физкультурно-спортивных товаров и услуг.

75. Рынок как система купли-продажи.

76. Основные функции рынка физкультурно-спортивных товаров и услуг.

77. На протяжении трех лет предприятие работает стабильно, результаты реализации управленческих решений оправдывают связанные с ними затраты. Проанализировать: какая управленческая функция получает приоритет в данной ситуации и почему?

78. За последние два года предприятие постигли неудачи и такой же результат ожидается в ближайшем будущем. Проанализировать: каков характер стратегии на предприятии?

79. За последние два года предприятие постигли неудачи, и такой же результат ожидается в ближайшем будущем. Проанализировать: какому стилю руководителя характерна эта ситуация?

80. Определить и выявить основные принципы сегментирования потребительского рынка.

81. Проанализировать спрос, масштаб, емкость, прогноз и ниша рынка.

82. Выявить общую технологию и структуру ожиданий потребителей.

83. Проанализировать методы изучения запросов и ожиданий потребителей. Генеральная и выборочная совокупность в маркетинговом исследовании. Репрезентативность выборки исследований.

84. Составить таблицу факторов, влияющих на покупательское поведение.

85. Предприятия в прошлом иногда достигало успеха, но в будущем для него ожидается усиление конкуренции. Проанализировать: каков характер стратегии на предприятии?

86. Составить план системы мотивации для занятий физической культурой и спортом.

87. Проанализировать стадии мотивов спортивной деятельности.

88. Описать направленность личности, занимающейся спортом.

89. Составить классификацию товаров, производимых в сфере физической культуры и спорта.

90. Проанализировать классификацию услуг, оказываемых в сфере физической культуры и спорта.

91. Составить общую характеристику физкультурно-спортивных товаров.

92. Охарактеризовать физкультурно-спортивные товары и услуги.

93. Проанализировать степени переработки и реализации товаров (по замыслу, в реальном исполнении, с подкреплением).

94. Составить общую характеристику услуг.

95. Проанализировать способы руководящего воздействия.

96. Составить характеристику физкультурно-спортивных услуг.

97. Определить и охарактеризовать отличия между товаром и услугой.

98. Проанализировать жизненный цикл товаров (пять стадий).

99. Охарактеризовать влияние ценовой политики на спрос.

100. Проанализировать факторы, влияющие на разработку ценовой политики и типы рынка.

101. Раскрыть факторы влияния на ценовую политику потребителей. Ценовая эластичность, эластичный и неэластичный спрос, унитарный спрос.

102. Охарактеризовать влияние на цены государства, участников канала сбыта, конкурентов.

103. Проанализировать влияние издержек на решение по ценам.

104. Дать оценку современным теориям мотивации.

105. Составить схему этапов установления цены.

106. Охарактеризовать цель распределения физкультурно-спортивных товаров и услуг.

107. Составить систему разработки сбытовой стратегии организации и её этапы.

108. Определить факторы и методы реализации товаров и услуг.

109. Охарактеризовать канал распределения продукции, его функции и уровни.

110. Составить схему товародвижения в маркетинге. Прямые и косвенные каналы, виды работ.

111. Охарактеризовать вертикальные, горизонтальные и многоканальные маркетинговые системы.

112. Дать оценку розничной торговли в физкультурно-спортивной деятельности.

113. Проанализировать роль рекламы, ее цели и основные характеристики. Реклама в целях создания престижа в обществе (Паблик Релейшнз).

114. Охарактеризовать рекламу в продвижении физкультурно-оздоровительных услуг, работа физкультурно-оздоровительных комплексов, клубов, центров.

ПРИМЕРЫ КОМПЕТЕНТНОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫХ ЗАДАНИЙ

1. Составить «дерево целей» для физкультурно-спортивного предприятия (предприятие на выбор студента).
2. Разработать должностную инструкцию по одной из должностей, имеющихся в вашей организации.
3. Составить организационную структуру управления для физкультурно-спортивного предприятия (предприятие на выбор студента).
4. Разработать профессиограмму менеджера по спорту.
5. Провести SWOT - анализ предприятия (предприятие на выбор).
6. Разработать программу повышения этичности поведения персонала туристического предприятия в рамках социальной ответственности
7. Составить план переговоров
8. Составить план совещания.
9. Составить психологические характеристики на конфликтующих (ситуационная задача).
10. Представить себя менеджером высшего звена управления фирмой. Определить весь круг своих полномочий. Составить конкретную схему организационной структуры управления для своей организации. Составить список своих заместителей, помощников и консультантов по отдельным направлениям менеджмента фирмы. Распределить в порядке делегирования до 80 % своих полномочий среди сотрудников организации. Проанализировать эффективность принятого решения по делегированию полномочий. Оценить возможные позитивные и негативные последствия данного решения.
11. Разработать конкретную программу применения принципов и методов управления в процессе управления компанией.
12. Разработать программу саморазвития и самообразования.
13. Разработайте «дерево целей и задач», реализация которых позволит уменьшить число конфликтных ситуаций в коллективе.
14. Проанализируйте эффективность различных организационных структур управления для выбранной студентом конкретной коммерческой организации (по профилю своей специальности).
15. Составить план деловой беседы по одной из тем управленческой деятельности. Наметить возможные решения по итогам разработанного плана совещания.
16. Допустим, у Вас в подчинении работает человек, который несколько перерос свою должность. Однако из-за различных объективных причин карьерный рост не возможен, а доход достаточно высок, есть также комиссионные. Найдите пути дополнительной мотивации такого сотрудника.
17. Определите виды работ, связанные с Вашим видом бизнеса. Составьте таблицу, отражающую основные виды работ и требования к квалификации (знаниям и умениям).
18. Определите производственные и служебные нормативы для своих работников. Определите круг должностных полномочий.

19. Сформулируйте миссию, цели в долгосрочной и краткосрочной перспективе, определите основные задачи вашего предприятия.

20. Провести PEST-анализ для конкретной компании.

21. Разработать программу продвижения для физкультурно-спортивной организации.

22. Разработать рекламную кампанию для физкультурно-спортивного предприятия.

23. На протяжении трех лет предприятие работает стабильно, результаты реализации управленческих решений оправдывают связанные с ними затраты. Проанализировать: какая управленческая функция получает приоритет в данной ситуации и почему?

24. За последние два года предприятие постигли неудачи и такой же результат ожидается в ближайшем будущем. Проанализировать: каков характер стратегии на предприятии?

25. За последние два года предприятие постигли неудачи, и такой же результат ожидается в ближайшем будущем. Проанализировать: какому стилю руководителя характерна эта ситуация?

26. Определить и выявить основные принципы сегментирования потребительского рынка.

27. Проанализировать спрос, масштаб, емкость, прогноз и ниша рынка.

28. Выявить общую технологию и структуру ожиданий потребителей.

29. Составить таблицу факторов, влияющих на покупательское поведение.

30. Предприятия в прошлом иногда достигало успеха, но в будущем для него ожидается усиление конкуренции. Проанализировать: каков характер стратегии на предприятии?

31. Составить план системы мотивации для занятий физической культурой и спортом.

32. Составить классификацию товаров, производимых в сфере физической культуры и спорта.

ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Название разделов и тем	Количество аудиторных часов		
	Всего	Лекции	Семинарские занятия
1	2	3	4
Раздел 1. Основы менеджмента физической культуры и спорта	2	2	
Тема 1.1. Общие представления о системе управленческих технологий и направления менеджмента	2	2	
Тема 1.2. Направления менеджмента и их характеристика			
Раздел 2. Объекты управления в сфере физической культуры и спорта	8	6	2
Тема 2.1. Физкультурно-спортивная организация как объект управления Информационное обеспечение в сфере ФКиС	4	4	
Тема 2.2. Коммуникации в спортивной организации	4	2	2
Раздел 3. Системный анализ процесса управления в спортивной организации	6	4	2
Тема 3.1. Целеполагание, прогнозирование и планирование в спортивной организации	2	2	
Тема 3.2. Контроль, принятие управленческих решений	4	2	2
Раздел 4. Социально-психологический феномен руководства	4	4	
Тема 4.1. Мотивация трудовой деятельности	2	2	
Тема 4.2. Тренер как руководитель	2	2	
Раздел 5. Основы маркетинга физической культуры и спорта	6	4	2
Тема 5.1. Концепции маркетинга и их особенности	2	2	
Тема 5.2. Маркетинговая среда организации физической культуры и спорта	4	2	2
Раздел 6. Потребители, товары и рынок физкультурно-спортивных товаров и услуг	6	4	2
Тема 6.1. Мотивация занятий физической культурой	2	2	

и спортом			
Тема 6.2. Физическая культура и спорт как сфера производства товаров и услуг	2	2	
Тема 6.3. Рынок физкультурно-спортивных товаров и услуг и его сегментация	2	2	
Раздел 7. Деятельность на рынке физкультурно-спортивных товаров и услуг	8	6	2
Тема 7.1. Распределение товара на рынке и особенности конкурентной борьбы	2	2	
Тема 7.2. Ценообразование, формирование спроса и стимулирование сбыта физкультурно-спортивных товаров и услуг	6	4	2
ИТОГО:	40	30	10

**ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ
УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
1	2	3	4
Организация и экономика физической культуры и спорта	Теории и методики физической культуры и менеджмента в туризме	Нет	Протокол №____ от _____.____.2024

