

Програма вивчення нормативної навчальної дисципліни спецкурса «Сфера фізичної культури в умовах ринку» складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки «бакалавр» напряму підготовки (спеціальності) 6.010201 Фізичне виховання

Тип дисципліни: дисципліна циклу професійної та практичної підготовки

Предметом вивчення навчальної дисципліни є: встановлення закономірностей функціонування та розвитку сфери фізичної культури і спорту в умовах ринку, галузеві особливості формування та реалізації ринкових відносин, аналізується діяльність фізкультурно-спортивних організацій у ринковому середовищі, визначається роль держави у регулюванні ринкових відносин у сфері фізичної культури і спорту. Визначено специфіку адаптації сфери фізичної культури і спорту України до нових соціально-економічних умов, що склалися у процесі переходу країни до ринкової економіки.

Міждисциплінарні зв'язки:

Сфера фізичної культури в умовах ринку – це одна із вагомих економічних дисциплін у підготовці спеціалістів і створює відповідне підґрунтя для вивчення інших навчальних дисциплін. Навчальних курсів тісно пов'язаних з історією, економікою фізичної культури, соціологією, педагогікою, психологією, правознавством, фінансами, естетикою, менеджментом і маркетингом та іншими спортивними дисциплінами.

Програма навчальної дисципліни складається з таких змістових модулів:

- Теоретичні основи функціонування та розвитку сфери фізичної культури і спорту в умовах ринку. Ринкове середовище у сфері фізичної культури і спорту.
- **Мета та завдання навчальної дисципліни.** Метою та основними завданнями викладання навчальної дисципліни «Сфера фізичної культури в умовах ринку» є: забезпечення цілісного уявлення студента про галузеву систему сфери фізичної культури і спорту в умовах ринку; ринкові аспекти функціонування та розвитку сфери фізичної культури і спорту як об'єкт наукового аналізу; вивчення ринкового вияву результатів фахової діяльності у сфері фізичної культури і спорту; формування первинних управлінських понять та аналіз управлінської діяльності, освоєння сучасних методів управління, особливості формування попиту та пропозицій на ринку, структури ринку фізкультурно-спортивних послуг; підприємстві у фізкультурно-спортивних організаціях в сучасних ринкових умовах України.
- Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні **знати:**

1. Загальні питання теорії науки управління, у тому числі і спортивного, що базується на вивченні та аналізі, зіставленні й оцінці вітчизняної і зарубіжних систем.
2. Систему організації й управління галуззю фізичної культури і спорту на сучасному етапі і шляху її трансформації відповідно до нової структури суспільства, ринкової економіці:
3. Законодавчі нормативно-правові акти, закони (накази, ухвали, статути, інструкції) з питань організації й управління масової фізкультурно-оздоровчої і спортивної роботи.
4. Сучасні організаційні форми і методи фізкультурно-оздоровчої і спортивної діяльності в різних ланках системи управління фізкультурним рухом.
5. Методологію планування, що охоплює всі об'єкти галузі фізичної культури і спорту – державні, суспільні, комерційні, приватні і т.д.
6. Організаційні форми спортивного підприємництва, професійного спорту в Україні;
7. Основи спортивного маркетингу (спонсорство, реклама, проведення змагань, ліцензування і т.д.).

8. Основи організації і проведення (економічний аспект) спортивно-масової роботи з різними групами населення;
9. Організаційну структуру професійної діяльності у сфері фізичної культури і спорту і її соціально-економічне обґрунтування;
10. Основні поняття теорії менеджменту;
11. Сучасну систему органів управління фізичною культурою і спортом;
12. Сучасні методи управління фізкультурно-спортивними організаціями;
13. Технології організації фізкультурних підприємств;
14. Методи планування, організації і контролю за проведенням фізкультурно-спортивних заходів і занять фізичними вправами;
15. Організаційно-функціональні основи управління фізкультурно-спортивними підприємствами;
16. Стратегічний менеджмент у фізичній культурі і спорті;
17. Інноваційний менеджмент у фізкультурно-спортивній діяльності;
18. Менеджмент сучасного олімпійського та професійного спорту;
19. Менеджмент спортивних змагань різного рівня;
20. Основні напрями та цілі дослідження ринку;
21. Доцільність вибору різних методів прогнозування ринку;
22. Як проводиться вивчення попиту на базі експертного опитування;
23. Зміст процесу сегментації ринку;
24. Фактори сегментації ринку;
25. Сегментацію ринку за групами споживачів;
26. Конкурентоздатність підприємства та його продукції;
27. Планування та аналіз результатів маркетингового дослідження;
28. Маркетингові цілі, що відповідають загальнофірмовим цілям;
29. Аналіз стану підприємства та його можливостей;
30. Варіанти маркетингових стратегій, спрямовані на досягнення маркетингових цілей;
31. Цілі ціноутворення залежно від загальних маркетингових цілей;
32. Фактори і як вони впливають на ціноутворення в конкретних ринкових умовах;
33. Рівень цін, що забезпечує отримання фірмою максимального прибутку;
34. оптимальний рівень цін залежно від цілей ціноутворення;
35. Як вибрати найефективнішу цінову стратегію;
36. Функції маркетингових служб підприємства, обов'язки працівників її підрозділів.

Студент, що вивчав дисципліну, повинен **вміти**:

1. Використовувати в практичній діяльності найсучасніші наукові і теоретичні знання в питаннях організації і управління фізкультурно-оздоровчою і спортивною роботою в різних ланках системи управління;
2. Планувати і прогнозувати розвиток фізичної культури;
3. Ухвалювати управлінські рішення;
4. Аналізувати та узагальнювати діяльність державних і суспільних органів управління у сфері фізичної культури і спорту;
5. Організовувати і проводити фізкультурно-масові і спортивні заходи;
6. Організовувати і проводити позаурочну спортивну роботу з школярами;
7. Своєчасно і уміло реалізувати на практиці об'єктивні рішення при появі проблемних ситуацій в конкретній практичній роботі фізкультурних і спортивних організацій;
8. Знаходити найраціональніші форми і методи організації масової фізкультурно-оздоровчої і спортивної роботи і уміло застосовувати їх відповідно до реальної дійсності;
9. Володіти методикою управління персоналом фізкультурно-спортивних організацій;
10. Визначати основні напрями та цілі дослідження ринку;
11. Пояснити доцільність вибору різних методів прогнозування ринку;
12. Розповісти, як проводиться вивчення попиту на базі експертного опитування;

13. Пояснити зміст процесу сегментації ринку;
14. Визначити фактори сегментації ринку;
15. Проводити сегментацію ринку за групами споживачів;
16. Аналізувати конкурентоздатність підприємства та його продукції;
17. Проводити планування та аналіз результатів маркетингового дослідження;
18. Визначати маркетингові цілі, що відповідають загальнофірмовим цілям;
19. Проводити аналіз стану підприємства та його можливостей;
20. Розробляти варіанти маркетингових стратегій, спрямовані на досягнення маркетингових цілей;
21. Вибирати найефективнішу маркетингову стратегію із кількох альтернативних варіантів;
22. Проводити аналіз маркетингової ситуації на ринку;
23. Оцінювати привабливість ринку.

На вивчення навчальної дисципліни відводиться 54 годин, 1,5 кредита ECTS

Інформаційний обсяг навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Теоретичні основи функціонування та розвитку сфери фізичної культури і спорту в умовах ринку. Ринкове середовище у сфері фізичної культури і спорту.

• Рекомендована література

Базова

1. Белявцев М.І., Іваненко Л.М. Маркетинг. Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 328 с.
2. Гірняк О.М., Лазановський П.П. Менеджмент: теоретичні основи і практикум: Навчальний посібник для студентів вищих закладів освіти. – К.: „Магнолія плюс”, Львів: „Новий світ – 2000”, 2003. – 336 с.
3. Экономика массового спорта: Учебное пособие / Под. ред. В.В. Кузина. – М.: Физическая культура, 2005. – 299 с.
4. Экономика физической культуры и спорта: Учебное пособие / Под. общ. ред. Кузина В.В. – М.: СпортАкадемПресс, 2001. – 496 с.
5. Экономика физической культуры и спорта: учебное пособие / под. ред. Е.В. Кузьмичевой. – М.: Физическая культура, 2008. – 480 с.
6. Кузьмін О.Є., Мельник О.Г. Теоретичні та прикладні засади менеджменту: Навчальний посібник. – 2-е вид. Доп. і перероб. — Львів: Національний університет „Львівська політехніка” (Інформаційно-видавничий центр „ІНТЕЛЕКТ +” Інституту післядипломної освіти), „Інтелект-Захід”, 2003. – 352 с.
7. Липчук В.В., Дудяк А.П., Бугіль С.Я. Маркетинг: основи теорії та практики. Навчальний посібник. / За загальною редакцією В.В. Липчука. – Львів: „Новий світ – 2000”; – 2003. – 288 с.
8. Менеджмент деятельности спортивных школ: учебное пособие / А.Б. Малинин, В.А. Малинин. – М.: Физическая культура, 2008. – 240 с.
9. Мічуда Ю.П. Сфера фізичної культури і спорту в умовах ринку. – К.: Олімпійська література, 2007. – 215 с.
10. Осовська Г.В., Копитова І.В. Основи менеджменту. Практикум: Навчальний посібник. – К.: Кондор, 2009. – 581 с.
11. Переверзин И.И. Менеджмент спортивной организации: Учебное пособие. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: «Физкультура и спорт», 2006. – 464 с.
12. Степанова О.Н. Маркетинг в физкультурно-спортивной деятельности [Текст]: учеб. пособие / О.Н. Степанова. – М.: Советский спорт, 2008. – 480 с.

Додаткова

1. Гаркавенко С.С. Маркетинг. – К.: Лібра, 1996. – 384 с.
3. Рудінська О.В., Яроміч С.А., Молоткова І.О. Менеджмент: Навч. посібник. – К.: Ельга

Ніка-Центр, 2002. – 335 с.

4. Стеценко І.Т. Основи менеджменту. Хто такий менеджер: Навч. посіб. – К.: А.С.К., 2005. – 224 с.

5. Шкапова О.М. Маркетинг послуг: Навч. посібник. – К.: Кондор, 2003. – 304 с.

6. Степанова О.Н. Маркетинг в сфере физической культуры и спорта. – 3-е изд., стереотип. – М.: Советский спорт, 2007. – 256 с.

- **Форма підсумкового контролю успішності навчання: залік**
- **Засоби діагностики успішності навчання:** завдання для поточного контролю, модульних контрольних робіт, залік, пакет комплексних контрольних робіт
- **Структурно-логічна схема дисципліни Сфера фізичної культури в умовах ринку**

Фізична культура і спорт в Україні як соціальна система в умовах ринкових відносин

Теоретичні основи функціонування та розвитку сфери фізичної культури і спорту в умовах ринку

Ринкове середовище функціонування та розвитку сфери фізичної культури і спорту

Фізкультурно-спортивні організації в умовах ринку

Державне регулювання ринкових відносин у сфері фізичної культури і спорту

Модульна контрольна робота

Фізична культура і спорт в Україні в умовах становлення ринку

Залік