



Спортивний маркетинг

**вибіркова дисципліна
для здобувачів освіти першого (бакалаврського) рівня освіти
спеціальності А7 Фізична культура і спорт
ОП 1.А7.00.01 «Фізичне виховання»,
1.А7.00.02 «Тренерська діяльність з обраного виду спорту»,
1.А7.00.03 «Фітнес»**



Розробник курсу:



Тімашева

Олена Володимирівна,

кандидат наук з фізичного виховання і спорту,
доцент

завідувачка кафедри фізичного
виховання і педагогіки спорту

Київського столичного університету імені
Бориса Грінченка

Мета і завдання дисципліни:

Мета дисципліни – сприяти формуванню у компетентного конкурентоспроможного фахівця (бакалавра) в галузі фізичної культури та спорту, системи знань, умінь і загально-професійних компетентностей, необхідних для самостійного розв'язання складних спеціалізованих задач і практичних проблем в професійній діяльності шляхом ознайомлення з теоретичними та практичними основами спортивного маркетингу.

Завдання дисципліни:

1. Надати знання з основ маркетингу у сфері спорту, зокрема вивчення концепцій маркетингу, особливостей ринку спортивних товарів і послуг, поведінки споживачів і конкурентів.
2. Сформуванати навички розробки та реалізації маркетингових стратегій, аналізу ринку, визначення цільової аудиторії, створення маркетингових кампаній для спортивних організацій, клубів, змагань та спортсменів.
3. Ознайомити з сучасними інструментами просування у спорті, зокрема вивчення цифрового маркетингу, реклами, спонсорства, PR у спортивній індустрії, а також використання соціальних мереж та контент-маркетингу для залучення вболівальників і партнерів.

Дисципліна, як вибіркова компонента освітньої програми, забезпечує оволодіння здобувачами загальними та фаховими компетентностями:

- Опанувати здатність вчитися та оволодівати сучасними знаннями (ЗК1).
 - Опанувати здатність застосовувати знання зі спортивного маркетингу практичних ситуаціях (ЗК12).
 - Опанувати здатність забезпечувати формування фізичної культури особистості (ФК1).
 - Опанувати здатність застосовувати сучасні технології управління суб'єктами сфери фізичної культури і спорту (ФК 13)
 - Здатність до безперервного професійного розвитку (ФК14).
-

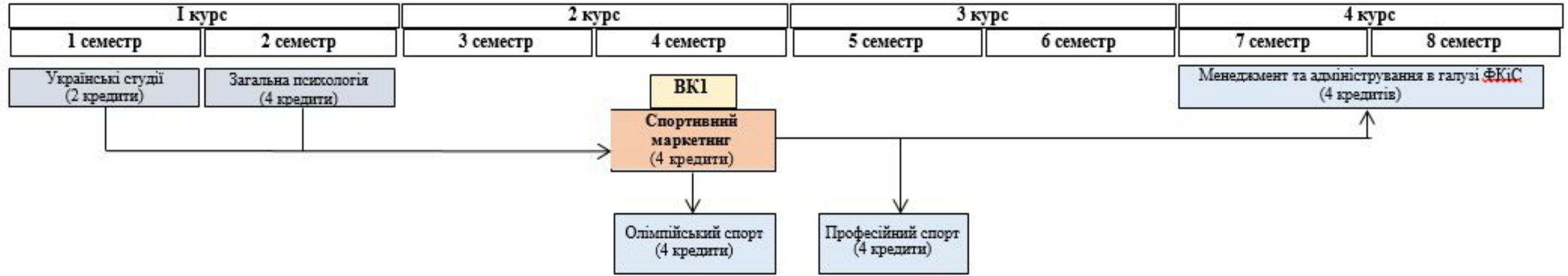
Програмні результати навчання:

Дисципліна спрямована на досягнення програмних результатів навчання, а саме:

- здобувач здатен засвоювати нову фахову інформацію, оцінювати й представляти власний досвід, аналізувати й застосовувати досвід колег (ПРН5).
 - здобувач здатен аргументувати управлінські рішення для вирішення проблем, які виникають в роботі суб'єктів фізичної культури і спорту; мати навички лідерства (ПРН 19).
 - здобувач здатен застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань та змістовно інтерпретувати отримані результати (ПРН 21).
-

Освітня траєкторія:

1.A7.00.02 «Тренерська діяльність з обраного виду»



1.A7.00.03 «Фітнес та



Тематичний план

№	Змістовні модулі	Кількість годин				
		Всього	Лекції	Практичні заняття	Самостійна робота	
2 курс, 4 семестр						
Змістовний модуль 1. Маркетинг менеджмент в спорті						
1.	Вступ в дисципліну «Спортивний маркетинг»	14	2	2	10	
2.	Маркетингове управління в сфері ФКіС	4	2	2	-	
3.	Стратегічне планування маркетингу в спорті	4	2	2	-	
4.	SWOT-аналіз фізкультурно-спортивної організації	14	2	2	10	
5.	Маркетингові дослідження в спорті	4	2	2	-	
6.	Профіль споживача товарів та послуг галузі ФКіС	14	2	2	8	
7.	Сегментування ринку ФКіС	4	2	2	-	
	Модульний контроль	4				
		<i>Разом:</i>	60	14	14	28

Тематичний план

№	Змістовні модулі	Кількість годин				
		Всього	Лекції	Практичні заняття	Самостійна робота	
2 курс, 4 семестр						
Змістовний модуль 2. Маркетингова політика фізкультурно-спортивної організації						
8.	Конкуренція в галузі спорту	4	2	2	-	
9.	Конкурентоспроможність фізкультурно-спортивної організації	4	2	2	-	
10.	Товарна політика фізкультурно-спортивної організації	12	2	2	8	
11.	Ціноутворення в сфері ФКіС	4	2	2	-	
12.	Комплекс маркетингових комунікацій в спорті	14	2	2	10	
13.	Інтерактивний (Інтернет) маркетинг в сфері ФКіС	4	2	2	-	
14.	Спонсорська та ліцензійна діяльність в галузі ФКіС	14	2	2	10	
	Модульний контроль	4				
		<i>Разом:</i>	60	14	14	28
Форма контролю – залік						
		<i>Всього:</i>	120	28	28	56

5 причин вивчати дисципліну «Спортивний маркетинг»:



- **Розуміння економічних аспектів спорту** – допоможуть оцінювати ринок спортивних послуг, створювати конкурентоспроможні проєкти у сфері фізичної культури і спорту.
 - **Оволодіння сучасними інструментами реклами та просування** – вивчення цифрового маркетингу, роботи з соціальними мережами, створення контенту для залучення аудиторії та розвитку спортивних організацій.
 - **Розвиток навичок організації спортивних заходів** – здобувачі освіти навчаться залучати партнерів, формувати ефективні маркетингові кампанії для змагань, турнірів і спортивних клубів.
 - **Просування власного іміджу або бренду** – майбутні тренери, спортсмени та фітнес-інструктори зможуть ефективно будувати особистий бренд, залучати клієнтів і співпрацювати зі спонсорами.
 - **Розширення кар'єрних можливостей** – знання спортивного маркетингу відкривають перспективи роботи у сфері спортивного менеджменту, організації змагань, реклами, спонсорства та розвитку спортивних брендів.
-