



КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

РЕКЛАМНА ПОЛІТИКА ФІЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ

вибіркова дисципліна

для здобувачів освіти другого (магістерського) рівня освіти
спеціальності А7 Фізична культура і спорт
освітніх програм 2.А7.00.01 «Фізичне виховання» та 2.А7.00.02
«Тренерська діяльність та спортивна підготовка»



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 - формування у здобувачів освіти системи знань, яка базується на опануванні теоретичними і практичними засадами використання рекламних технологій в сфері фізичної культури та спорту.

Завдання дисципліни:

- Створити уяву про особливості застосування рекламних технологій фізкультурно-спортивними організаціями.
- Розкрити основний зміст та охарактеризувати компоненти реклами в спорті.
- Розвинути у здобувачів освіти навички аналізу і прогнозування застосування рекламних каналів в сфері фізичної культури та спорту.

Дисципліна, як вибіркова компонента освітньої програми, забезпечує оволодіння студентами загальними та фаховими компетентностями і досягнення ними програмних результатів навчання за відповідною освітньою програмою 2.А7.00.01 Фізичне виховання:

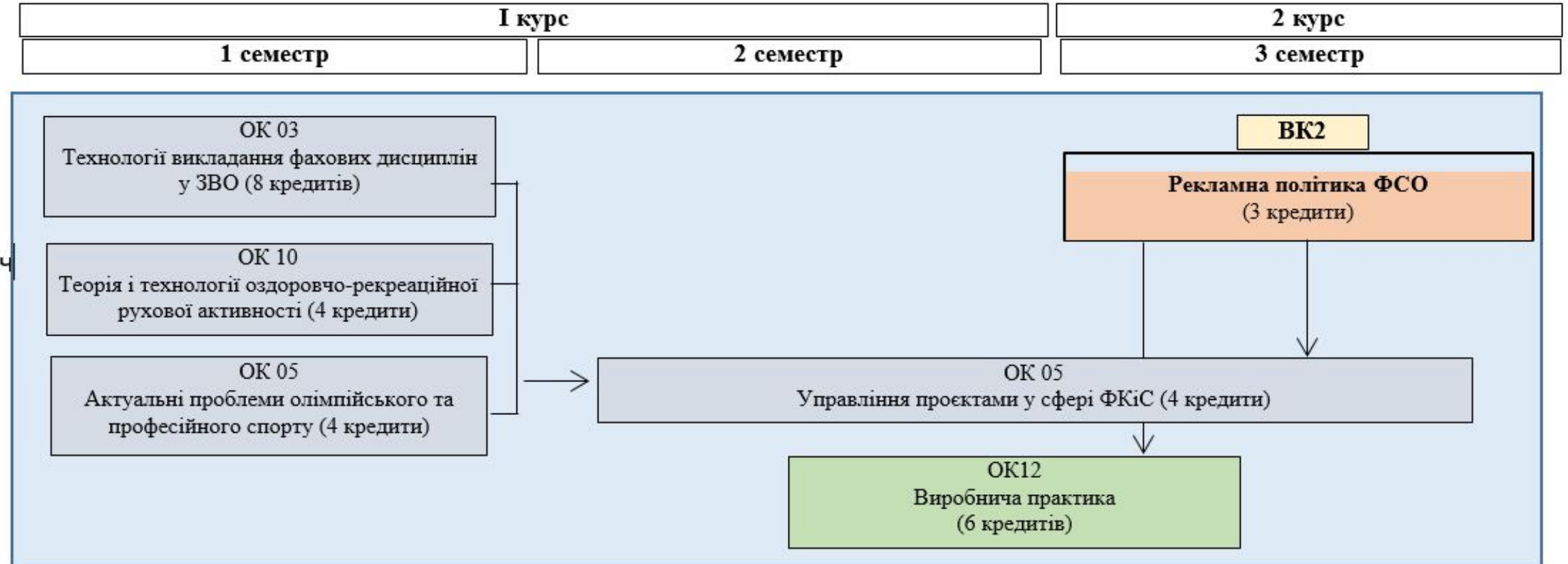
- Поглибити здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел (ЗК2).
 - Розвинути здатність генерувати нові ідеї (креативність) (ЗК5).
 - Розкрити здатність до критичного осмислення проблем у сфері фізичної культури і спорту, оригінального мислення та проведення досліджень (СК1).
 - Поглибити здатність до застосування сучасних інформаційно-комунікаційних технологій при виконанні професійних завдань (СКу12).
-

Програмні результати навчання:

Дисципліна спрямована на досягнення програмних результатів навчання, а саме:

- Здобувач здатен аналізувати особливості, протиріччя та перспективи розвитку сучасної сфери фізичної культури і спорту, критично осмислювати проблеми у галузі та на межі галузей знань (РН1).
 - Здобувач здатен розробляти і викладати спеціалізовані навчальні дисципліни у закладах вищої освіти (РН5).
 - Здобувач здатен відшуковувати необхідну інформацію у науковій літературі, базах даних, інших джерелах, аналізувати та оцінювати цю інформацію (РН6).
-

Освітня траєкторія:



Тематичний план

Назва змістових модулів, тем	Усього	Розподіл годин між видами робіт			
		Аудиторна:			Самостійна
		Лекції	Семінари	Модульні й контроль	
Змістовий модуль 1. Теоретичні основи реклами в галузі ФКіС					
Тема 1. Вступ в дисципліну	14	2	4	-	8
Тема 2. Основні види та носії реклами в галузі ФКіС	14	2	4	-	8
Модульний контроль	2	-	-	2	-
Разом за змістовим модулем 1	30	4	8	2	16
Змістовий модуль 2. Імплементация рекламних технологій в практичній діяльності фізкультурно-спортивної організації					
Тема 4. Комунікаційні характеристики реклами в спорті	26	-	4	-	22
Тема 5. Управління рекламною діяльністю в спорті	30	2	6	-	22
Модульний контроль	4	-	-	4	-
Разом за змістовим модулем 2	60	2	10	4	44

Ключові причини вивчати дисципліну «РЕКЛАМНА ПОЛІТИКА ФІЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ»:

□ **Розвиток soft skills**

Вивчення рекламної політики розвиває креативність, комунікаційні навички, вміння працювати в команді та презентувати власні ідеї — компетентності, що є однаково цінними і у спорті, і в будь-якій іншій сфері діяльності.

• **Побудова позитивного іміджу організації**

Реклама впливає не лише на продажі, а й на репутацію. Грамотно розроблена рекламна політика допомагає формувати довіру, впізнаваність і лояльність споживачів.

• **Використання сучасних медіа та цифрових технологій**

Студенти опановують інструменти digital-маркетингу, соціальних мереж та інтерактивних форматів, які є ключовими каналами комунікації у спорті сьогодні.

• **Розвиток управлінських компетентностей**

Дисципліна поєднує знання з маркетингу, менеджменту та психології реклами, формуючи у майбутніх фахівців комплексне розуміння того, як управляти рекламними процесами у спортивних організаціях.
