



Маркетингові комунікації

вибіркова дисципліна
для здобувачів освіти першого (бакалаврського) рівня освіти
спеціальності А7 Фізична культура і спорт
ОП 017.00.01 «Фізичне виховання»,
017.00.02 «Тренерська діяльність з обраного виду спорту»,
017.00.03 «Фітнес та рекреація»



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:

Метою дисципліни є розширення фахової компетентності здобувачів освіти першого (бакалаврського) рівня освіти у галузі фізичної культури і спорту, що ґрунтується на опануванні знань і практичних навичок комунікаційної діяльності фахівців галузі.

Завдання дисципліни:

- 1) Розкрити особливості маркетингових комунікацій в практиці фізкультурно-спортивних організацій.
- 2) Розвинути навички комунікаційної роботи в соціальних мережах.
- 3) Сформувати навички організації роботи зі споживачами в галузі ФКіС.

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

- Здатність вчитися та оволодівати сучасними знаннями (ЗК1).
 - Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій (ЗК8).
 - Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях (ЗК12).
 - Здатність до безперервного професійного розвитку (ФК14).
-

Програмні результати навчання:

Дисципліна спрямована на досягнення програмних результатів навчання за освітньою програмою 017.00.01 Фізичне виховання, а саме:

- Здійснювати аналіз суспільних процесів у сфері фізичної культури і спорту, демонструвати власне бачення шляхів розв'язання існуючих проблем (ПРН1).
 - Уміти обробляти дані з використанням сучасних інформаційних та комунікаційних технологій (ПРН3).
 - Показувати навички самостійної роботи, демонструвати критичне та самокритичне мислення (ПРН4).
 - Засвоювати нову фахову інформацію, оцінювати й представляти власний досвід, аналізувати й застосовувати досвід колег (ПРН5).
 - Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань та змістовно інтерпретувати отримані результати (ПРН21).
-

Освітня траєкторія:



Тематичний план

№	Змістовні модулі	Всього	Кількість годин			
			Лекції	Практичні заняття	Самостійна робота	
Змістовний модуль 1. Комунікаційна політика в системі маркетингу						
1.	Зміст і основні елементи маркетингових комунікацій ФСО	8	2	2	4	
2.	Брендинг у спорті	12	2	4	6	
3.	Зв'язки з громадськістю ФСО	12	2	4	6	
4.	Реклама як елемент маркетингових комунікацій	12	2	4	6	
5.	Стимулювання збуту в практиці ФСО	12	2	4	6	
	Модульний контроль	4				
Змістовний модуль 2. Маркетингові засоби комунікації ФСО						
6.	Прямий маркетинг та персональні продажі фізкультурно-спортивних товарів та послуг	10	2	4	4	
7.	Інтерактивний та партизанський маркетинг в галузі ФКіС	12	2	4	6	
8.	Маркетинг ФСО в соціальних мережах	12	2	4	6	
9.	Івент-маркетинг та організація роботи зі споживачами товарів та послуг галузі ФКіС	12	2	4	6	
10.	Медіа планування в практиці ФСО	10	2	2	6	
	Модульний контроль	4				
Форма контролю – залік						
		<i>Всього:</i>	120	20	36	56

5 причин вивчати дисципліну «Маркетингові комунікації»:

- **Просування спортивних заходів та брендів** – ефективні маркетингові стратегії допомагають залучати учасників, спонсорів і партнерів.
- **Формування особистого бренду** – фахівці з фізичної культури можуть будувати власний імідж і підвищувати впізнаваність у професійній сфері.
- **Залучення клієнтів та розвиток бізнесу** – комунікацій необхідні для успішного управління бізнесом.
- **Використання сучасних цифрових технологій** – контент-маркетингу, реклами та PR сприяє розвитку послуг у сфері фізичної культури і спорту.
- **Конкурентні переваги на ринку праці** – фахівці, які володіють інструментами, мають більше можливостей для кар'єрного зростання власної справи.

