



# Маркетингові комунікації

вибіркова дисципліна

для здобувачів освіти першого (бакалаврського) рівня освіти

спеціальності А7 Фізична культура і спорт

освітньої програми 017.00.01 «Фізичне виховання»



# 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:

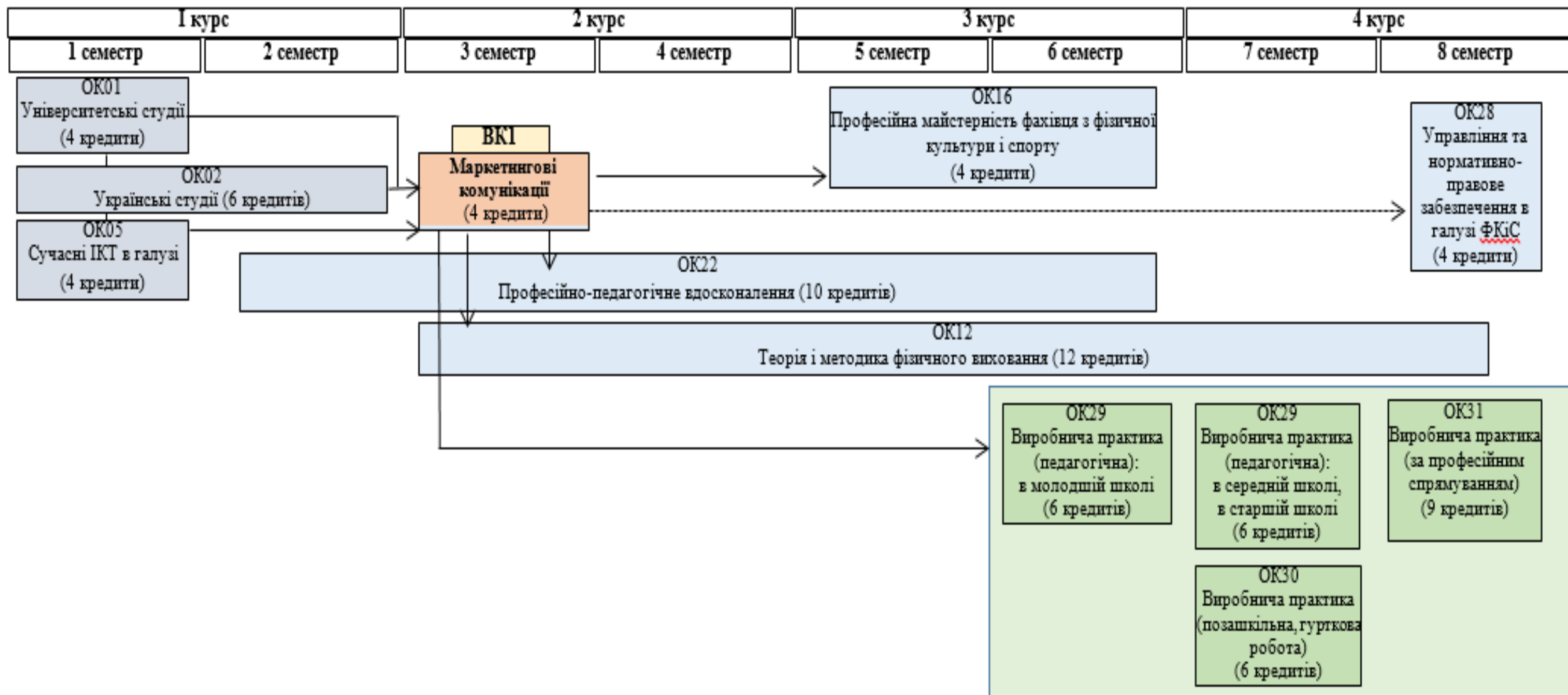
- Здатність вчитися та оволодівати сучасними знаннями (ЗК1).
  - Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій (ЗК8).
  - Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях (ЗК12).
  - Здатність до безперервного професійного розвитку (ФК14).
-

# 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	Кількість годин			
		Всього	Лекції	Практичні заняття	Самостійна робота
<b>Змістовний модуль 1. Комунікаційна політика в системі маркетингу</b>					
1.	Зміст і основні елементи маркетингових комунікацій ФСО	20	2	4	14
2.	Брендинг у спорті	18	2	2	14
3.	Реклама як елемент маркетингових комунікацій	22	2	4	16
<b>Змістовний модуль 2. Маркетингові засоби комунікації ФСО</b>					
4.	Інтерактивний та партизанський маркетинг в галузі ФКіС	20	2	4	14
5.	Маркетинг ФСО в соціальних мережах	22	2	4	16
6.	Івент-маркетинг та організація роботи зі споживачами товарів та послуг галузі ФКіС	18	2	2	14
<b>Форма контролю – залік</b>					
<i>Всього:</i>		<i>120</i>	<i>12</i>	<i>20</i>	<i>88</i>

# 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** – знання маркетингових комунікацій необхідні для успішного управління організаціями.
- **Використання сучасних цифрових технологій** – розуміння SMM, контент-маркетингу, реклами та PR сприяє ефективному просуванню послуг у сфері фізичної культури і спорту.
- **Конкурентні переваги на ринку праці** – фахівці, які володіють маркетинговими інструментами, мають більше можливостей для кар'єрного зростання та відкриття власної справи.

