



Спортивний маркетинг

вибіркова дисципліна

для здобувачів освіти першого (бакалаврського) рівня освіти

спеціальності А7 Фізична культура і спорт

освітньої програми 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:

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. Сформувати 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 за освітньою програмою 017.00.02 «Тренерська діяльність з обраного виду спорту», 017.00.03 «Фітнес та рекреація», 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) .
-

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** – знання маркетингових стратегій допоможуть оцінювати ринок спортивних послуг, залучати фінансування та створювати конкурентоспроможні проекти 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.