

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
«ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА»**



Факультет фізичного виховання і спорту

Кафедра спортивно-педагогічних дисциплін

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Маркетинг у спорті

Освітня програма «Фізична культура і спорт»

перший (бакалаврський) рівень

Спеціальність 017 Фізична культура і спорт

Галузь знань 01 Освіта/Педагогіка

Змінити оцінювання

Затверджено на засіданні кафедри
спортивно-педагогічних дисциплін
Протокол № 1 від 30 серпня 2021 р.

ЗМІСТ

1. Загальна інформація
2. Опис дисципліни
3. Структура курсу
4. Система оцінювання курсу
5. Оцінювання відповідно до графіку навчального процесу
6. Ресурсне забезпечення
7. Контактна інформація
8. Політика навчальної дисципліни

1. Загальна інформація

Назва дисципліни	Маркетинг у спорті
Освітня програма	«Фізична культура і спорт»
Спеціалізація (за наявності)	
Спеціальність	017 Фізична культура і спорт
Галузь знань	01 Освіта/Педагогіка
Освітній рівень	бакалавр
Статус дисципліни	вибіркова
Курс / семестр	3/5
Розподіл за видами занять та годинами навчання (якщо передбачені інші види, додати)	Лекції –12 год. Семінарські заняття – 28 год. Самостійна робота – 50 год.
Мова викладання	українська
Посилання на сайт дистанційного навчання	www.d-learn.pnu.edu.ua

2. Опис дисципліни

Мета та завдання дисципліни
<p>Мета: сформувати у майбутніх керівників уміння розглядати маркетинг у спорті як теорію сучасного бізнесу, який є специфічною «філософією» ведення ділових операцій; відповідно до принципів маркетингу, всі аспекти господарської діяльності сучасної спортивної послуги планувати і здійснювати у відповідності з запитами ринку та вимогами споживачів .</p> <p>Завдання: довести, що маркетинг у спорті не статичне. а динамічне поняття, яке означає розвиток організації шляхом активної ринкової діяльності ; обґрунтувати, що він розглядається, як «ринкова концепція управління», що дозволяє забезпечити орієнтацію спортивних послуг на вимоги ринку; розкрити погляд на маркетинг у спорті як важливу ланку підприємницької діяльності, що дозволяє забезпечити, з одного боку, гнучку реакцію на вимоги ринку. а з іншого, активну діяльність на ринку, проведення широкого комплексу заходів по його завоюванню, створення стійкого попиту на спортивні послуги; прищепити фахівцям навички здійснювати мислительні операції, усвідомлювати причинно-наслідкові зв'язки, розвивати професійну самосвідомість.</p>
Компетентності
<p>ЗК2. Здатність реалізовувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.</p> <p>ЗК5. Здатність планувати та управляти часом.</p> <p>ЗК6. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.</p> <p>ЗК11. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів).</p> <p>ЗК12. Здатність застосовувати знання у</p>

практичних ситуаціях.

ФК10. Здатність здійснювати навчання, виховання та соціалізацію людини у сфері фізичної культури і спорту, застосовуючи різні педагогічні методи та прийоми.

ФК 13. Здатність застосовувати сучасні технології управління суб'єктами сфери фізичної культури і спорту

Програмні результати навчання

ПРН3. Уміти обробляти дані з використанням сучасних інформаційних та комунікаційних технологій.

ПРН5. Засвоювати нову фахову інформацію, оцінювати й представляти власний досвід, аналізувати й застосовувати досвід колег.

ПРН8. Здійснювати заходи з підготовки спортсменів, організації й проведення спортивних змагань.

ПРН12. Аналізувати процеси становлення та розвитку різних напрямів спорту, олімпійського руху та олімпійської освіти на міжнародному та національному рівнях.

3. Структура дисципліни

№	Тема	Результати навчання	Завдання
1.	Маркетинг у спорті: сутність і значення.	Знати: методологічні підходи щодо визначення терміну «маркетинг»; зміст категорії «маркетинг у спорті»; історичні передумови виникнення маркетингу; етапи розвитку маркетингу; поняття, які є теоретичною основою маркетингу; мету, принципи і завдання маркетингу підприємництва; види маркетингу та їх характеристику; концепції діяльності підприємництва на ринку; сутність маркетингових можливостей спортивної організації; структуру маркетингової інформаційної системи; джерела маркетингової інформації; обґрунтування концепції маркетингу для спортивно орієнтованих організацій; спортивний ринок та його суб'єкти Вміти: обґрунтувати методологічні підходи щодо визначення терміну «маркетинг»; характеризувати зміст категорії «маркетинг у спорті»; висвітлити історичні передумови виникнення маркетингу та етапи його розвитку; розкрити поняття, які є теоретичною основою маркетингу;	Контрольні запитання. Творчі завдання. Тестові завдання. Написання рефератів

		<p>обґрунтувати мету, принципи і завдання маркетингу підприємництва; описати види маркетингу та їх характеристику; узагальнити концепції діяльності підприємництва на ринку,; аналізувати маркетингові можливості спортивної організації; формувати маркетингову інформаційну систему ; оцінити джерела маркетингової інформації; обґрунтувати концепцію маркетингу для спортивно орієнтованих організацій;аналізувати спортивний ринок та його суб'єкти</p>	
2.	<p>Інформаційне забезпечення управління маркетингом у спорті.</p>	<p>Знати: сутність класифікації маркетингової інформації; зміст маркетингової інформаційної системи та її складові; характеристику маркетингових досліджень завдання та напрямки маркетингових досліджень; основні характеристики видів маркетингових досліджень; методи маркетингових досліджень; характеристику видів і методів опитування; роль анкетування в маркетингових дослідженнях ; етапи формування анкети; правила структурування опитувального листа; методичні засади та етапи проведення комплексного маркетингового дослідження ринку; принципи маркетингових досліджень; зміст робочого плану і етапів проведення маркетингових досліджень.</p> <p>Вміти: здійснити класифікацію маркетингової інформації; охарактеризувати зміст маркетингової інформаційної системи та її складових; розкрити сутність, завдання та напрямки маркетингових досліджень; охарактеризувати види і методи маркетингових досліджень; оцінити види і методи опитування; визначити роль анкетування в маркетингових дослідженнях ; розкрити етапи формування анкети; визначити правила</p>	<p>Контрольні запитання. Творчі завдання. Тестові завдання. Написання рефератів</p>

		структурування опитувального листа; характеризувати методичні засади та етапи проведення комплексного маркетингового дослідження ринку; характеризувати принципи маркетингових досліджень; описати зміст робочого плану і етапів проведення маркетингових досліджень.	
3.	Соціальні потреби і поведінка споживачів.	<p>Знати: фактори, що впливають на поведінку споживачів, структуру процесу прийняття рішення щодо споживання послуги у спорті, сутність ринкового сегментування; етапи процесу сегментування ринку; підходи до сегментування ринку; етапи позиціонування спортивної послуги.</p> <p>Вміти: визначати фактори, що впливають на поведінку споживачів, аналізувати структуру процесу прийняття рішення щодо споживання послуги у спорті; описати сутність ринкового сегментування; обґрунтувати етапи процесу сегментування ринку; оцінити підходи до сегментування ринку; характеризувати етапи позиціонування спортивної послуги.</p>	Контрольні запитання. Творчі завдання. Тестові завдання. Написання рефератів
4.	Маркетингова товарна та цінова політика організації	<p>Знати: сутність, цілі та завдання маркетингової товарної політики організації; структуру маркетингової товарної політики; обґрунтування концепції життєвого циклу товару; характеристику етапів життєвого циклу товару; сутність етапів розробки нового продукту; роль асортименту та номенклатури товарів; роль якості та конкурентоспроможності товару; сутність маркетингової політики спортивних організацій; роль і значення ціни; характеристику теорії еластичності попиту і ціни; класифікацію цін; фактори ціноутворення; сутність, цілі та завдання маркетингової цінової політики організації; фактори, що впливають на формування цінової політики організації; етапи процесу та</p>	Контрольні запитання. Творчі завдання. Тестові завдання. Написання рефератів

		<p>методи ціноутворення; зміст тендерного ціноутворення; роль цінових стратегій; економічне обґрунтування ціни; види та умови застосування цінових стратегій; види знижок, націнок, надбавок; роль державного регулювання цін; сутність цінової політики спортивних організацій.</p> <p>Вміти: визначити сутність, цілі та завдання маркетингової товарної політики організації; аналізувати структуру маркетингової товарної політики; обґрунтувати концепцію життєвого циклу товару; дати характеристику етапів життєвого циклу товару; розкрити сутність етапів розробки нового продукту; висвітлити роль асортименту та номенклатури товарів; обґрунтувати роль якості та конкурентоспроможності товару; описати сутність маркетингової політики спортивних організацій; охарактеризувати роль і значення ціни; охарактеризувати теорії еластичності попиту і ціни; здійснити класифікацію цін; виділяти фактори ціноутворення; описати сутність, цілі та завдання маркетингової цінової політики організації; обґрунтувати фактори, що впливають на формування цінової політики організації; описати етапи процесу та методи ціноутворення; визначити зміст тендерного ціноутворення; розкрити роль цінових стратегій; здійснити економічне обґрунтування ціни; узагальнити види та умови застосування цінових стратегій; класифікувати види знижок, націнок, надбавок; оцінити роль державного регулювання цін; пояснити сутність цінової політики спортивних організацій.</p>	
5.	Політика розповсюдження в системі	Знати: сутність, значення та завдання політики розповсюдження як складової системи маркетингу; роль взаємодії та	Контрольні запитання. Творчі

маркетингу.	<p>функцій підсистем в рамках системи розповсюдження; зміст маркетингової політики розповсюдження; зміст системи товароруху; сутність функцій та характеристику каналів розповсюдження товару; характеристику типів каналів розповсюдження продукції; обґрунтування конфігурації каналів розповсюдження; характеристику форм маркетингових каналів; класифікацію типів посередників; завдання маркетингових систем розповсюдження; характеристику методів оцінки та вибору каналів розповсюдження; обґрунтування етапів вибору та управління каналами розповсюдження; взаємозв'язок маркетингової політики розповсюдження та логістики; сутність формування міжнародних каналів розповсюдження; роль учасників міжнародних каналів розповсюдження; критерії вибору міжнародних каналів збуту продукції; основні характеристики різновидів форм організації розповсюдження товару на міжнародному ринку.</p> <p>Вміти: пояснити сутність, значення та завдання політики розповсюдження як складової системи маркетингу; описати роль взаємодії та функцій підсистем в рамках системи розповсюдження; охарактеризувати зміст маркетингової політики розповсюдження; розкрити зміст системи товароруху; визначити сутність функцій та характеристику каналів розповсюдження товару; охарактеризувати типи каналів розповсюдження продукції; обґрунтувати конфігурації каналів розповсюдження; дати характеристику форм маркетингових каналів; класифікувати типи посередників;</p>	<p>завдання. Тестові завдання. Написання рефератів</p>
-------------	--	--

		<p>обґрунтувати завдання маркетингових систем розповсюдження; охарактеризувати методи оцінки та вибору каналів розповсюдження; обґрунтувати етапи вибору та управління каналами розповсюдження; висвітлити взаємозв'язок маркетингової політики розповсюдження та логістики; розкрити сутність формування міжнародних каналів розповсюдження; визначити роль учасників міжнародних каналів розповсюдження; оцінити критерії вибору міжнародних каналів збуту продукції; узагальнити основні характеристики різновидів форм організації розповсюдження товару на міжнародному ринку.</p>	
6.	<p>Організація маркетингової діяльності в організації.</p>	<p>Знати: політику розповсюдження як складову системи маркетингу; сутність, значення та завдання політики розповсюдження; зміст складових системи товароруку; сутність функцій та характеристики каналів розповсюдження; роль маркетингової політика комунікацій; завдання процесу маркетингових комунікацій; роль алгоритму формування комплексу маркетингових комунікацій; оцінку переваг та недоліків засобів впливу маркетингової комунікації; роль реклами в системі маркетингових комунікацій; класифікацію реклами та її функції; зміст організації маркетингової діяльності організації; принципи організації управлінських структур; етапи організації маркетингу в організації; вимоги до працівників відділу маркетингу; завдання контролю маркетингової діяльності організації; характерні особливості аналізу результатів маркетингової діяльності організації; характеристику основних напрямків маркетингового аудиту</p> <p>Вміти: використовувати політику розповсюдження як складову системи</p>	<p>Контрольні запитання. Творчі завдання. Тестові завдання. Написання рефератів</p>

	<p>маркетингу; висвітлити сутність, значення та завдання політики розповсюдження; описати зміст складових системи товароруку; розкрити сутність функцій та характеристики каналів розповсюдження; визначити роль маркетингової політика комунікацій; аналізувати завдання процесу маркетингових комунікацій; оцінити роль алгоритму формування комплексу маркетингових комунікацій; дати оцінку переваг та недоліків засобів впливу маркетингової комунікації; обґрунтувати роль реклами в системі маркетингових комунікацій; здійснити класифікацію реклами та її функцій; розкрити зміст організації маркетингової діяльності організації; узагальнити принципи організації управлінських структур; синтезувати етапи організації маркетингу; пояснити вимоги до працівників відділу маркетингу; виділяти завдання контролю маркетингової діяльності організації; обґрунтувати характерні особливості аналізу результатів маркетингової діяльності організації; узагальнити характеристику основних напрямків маркетингового аудиту.</p>	
--	--	--

4. Система оцінювання курсу

Накопичування балів під час вивчення дисципліни		
Види навчальної роботи		Максимальна кількість балів
Семінарське заняття	Тестування. Усна відповідь.	60
Знання термінології	Усна відповідь	20
Самостійна робота	Індивідуальні завдання, КСР	20
Максимальна кількість балів		100

5. Оцінювання відповідно до графіку навчального процесу

Види навч. роботи	Графік навчального процесу														КСР		Разом
	Номер семінарського заняття																
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	Т, УВ	ІЗ	
Т,УВ	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100			60
ЗТ			100			100			100			100					20
СР															10	10	20
Разом																	100

Примітка. Позначено:

Т – тестовий контроль знань;

УВ – усна відповідь;

ЗТ – знання термінології;

СР – самостійна робота;

КСР - контроль самостійної роботи;

ІЗ – індивідуальне завдання (КСР - 2).

Оцінювання відповідей студентів на семінарських заняттях відбувається за **100 бальною шкалою**.

Підсумкова оцінка за вивчення дисципліни складається із математичної суми балів за роботу на семінарських заняттях (оцінка виставляється у 100-бальній шкалі, відповідно максимальний бал за **роботу на семінарських заняттях** може скласти **60 балів**), отриманих балів за **самостійну роботу** (оцінка виставляється у 100-бальній шкалі, відповідно максимальний бал за самостійну роботу може скласти **20 балів**), оцінки за **знання** термінів (оцінка виставляється у 100-бальній шкалі, відповідно максимальний бал може скласти **20 балів**), що в сумі максимально може скласти **100 балів**.

Тестовий контроль рівня знань студентів проводиться під час кожного семінарського заняття і реалізується в системі дистанційного навчання або на паперових носіях. Максимальна кількість балів, набрана під час тестового контролю на кожному семінарському занятті, становить 100 (виставляється згідно % правильних відповідей). Проходження всіх тестових завдань є обов'язковим для кожного студента.

На кожному занятті студент може отримати оцінку за **усну відповідь** (УВ), участь у дискусії, згідно контрольних запитань, розв'язування проблемних ситуацій тощо. Під час підготовки до семінарських занять здійснюється розвиток у студента навичок самостійної роботи над навчальним матеріалом, першоджерелами, запам'ятовування базових термінів, уміння здійснювати інтелектуальні операції. Максимально можлива кількість балів під час кожного заняття – 100

Контроль знання термінології відбувається на семінарських заняттях. Для цього студент має самостійно вивчити базові терміни у відповідності до тем. У методичних рекомендаціях щодо організації самостійної роботи вказуються терміни та їх визначення, які студент має опанувати, літературні джерела для опрацювання та інші матеріали за необхідності. Контроль знання термінології реалізується шляхом усної відповіді. Максимально можлива кількість балів, яку студент може набрати під час усної відповіді з базових термінів – 100.

Оцінка **самостійної роботи студентів** здійснюється шляхом тестування, згідно з навчальним матеріалом, що виноситься на самостійну роботу та виконання **індивідуальних завдань**.

Максимальна кількість балів за даний вид робіт становить – **20 балів**.

Індивідуальне завдання (ІЗ) є обов'язковим для виконання кожним студентом. Реалізується виконання індивідуального завдання шляхом підготовки та оприлюднення презентації-доповіді згідно обраної тематики.

Тематика для індивідуальних завдань є розроблена у відповідності до актуальних питань галузі та згідно програмного матеріалу навчального предмету.

Можливе формулювання індивідуальної теми за межами пропонованої тематики з урахуванням бажання студентів, згідно їх умінь, навичок та уподобань, імовірного майбутнього працевлаштування, а також спортивної спеціалізації. Відбувається це за результатами індивідуальної співбесіди.

Максимально можлива кількість балів за індивідуальне завдання -100.

Індивідуальні завдання оприлюднюються у вигляді доповіді - презентації на відповідному практичному занятті згідно встановлених дат і термінів. Якщо індивідуальне завдання не було представлено вчасно без поважної причини, отримати максимальну кількість балів неможливо.

Контроль самостійної роботи (КСР) відбувається згідно затвердженого університетом графіка навчального процесу за розкладом.

Для цього студент має самостійно опрацювати програмові питання у відповідності до теми. З темами, які виносяться на контроль самостійної роботи, студент знайомиться на початку семестру. У методичних рекомендаціях щодо організації самостійної роботи вказується тема (и), перелік програмових питань, які студент має опанувати, літературні джерела для опрацювання та інші матеріали за необхідності. Контроль самостійної роботи реалізується шляхом проходження тестування на платформі дистанційного навчання, паперових носіях або усно.

Максимально можлива кількість балів, яку студент може набрати під час тестового контролю самостійної роботи – 100.

Критерії оцінювання за 100-бальною шкалою:

90-100 балів – Студент вільно володіє навчальним матеріалом; висловлює свої думки; творчо виконує індивідуальні та колективні завдання; самостійно знаходить додаткову інформацію та використовує її для реалізації поставлених перед ним завдань; вільно використовує нові інформаційні технології для поповнення власних знань; комунікативні уміння та навички сформовані на високому рівні; може аргументовано обрати раціональний спосіб виконання завдання і оцінити результати власної практичної діяльності; виконує завдання, не передбачені навчальною програмою; вільно використовує знання для розв'язання поставлених перед ним завдань.

80-89 балів – Студент вільно володіє навчальним матеріалом, застосовує знання на практиці; узагальнює і систематизує навчальну інформацію, але допускає незначні помилки у порівняннях, формулюванні висновків, застосуванні теоретичних знань на практиці; за зразком самостійно виконує практичні завдання, передбачені програмою; має стійкі навички виконання завдань.

70-79 балів - Студент вільно володіє навчальним матеріалом, застосовує знання на практиці; узагальнює і систематизує навчальну інформацію, але допускає помилки у порівняннях, формулюванні висновків, застосуванні теоретичних знань на практиці; за зразком самостійно виконує практичні завдання, передбачені програмою, допускаючи незначні помилки.

60-69 балів - Студент володіє навчальним матеріалом поверхово; ознайомлений з основними поняттями навчального матеріалу; комунікативні уміння та навички сформовані частково; під час відповіді плутає поняття, непереконливо відповідає, додаткові питання викликають невпевненість; планує та виконує частину завдань з допомогою викладача.

50-69 балів – Студент володіє навчальним матеріалом поверхово, фрагментарно; на рівні запам'ятовування відтворює певну частину навчального матеріалу з елементами логічних зв'язків; знайомий з основними поняттями навчального матеріалу; комунікативні уміння та навички сформовані частково; під час відповіді допускаються суттєві помилки; має елементарні нестійкі навички виконання завдань; планує та виконує частину завдань за допомогою викладача.

Менше 50 балів – У студента не сформовані комунікативні уміння та навички; студент допускає велику кількість помилок, що ускладнює розуміння; студент не володіє навчальним матеріалом; виконує лише елементарні завдання, потребує постійної допомоги викладача.

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	
80 – 89	B	добре	

70 – 79	C	задовільно	зараховано
60 – 69	D		
50 – 59	E		
26 – 49	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-25	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

6. Ресурсне забезпечення

Матеріально-технічне забезпечення	Підручники, навчальні посібники, електронні ресурси (доступні в локальній мережі університету), дистанційна технологія навчання.
Література:	
<p>Основна:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Балабанова Л.В. Маркетинг підприємства. Київ. Кондор, 2019. 612 с 2. Закон України «Про вищу освіту»: чинне законодавство станом на 08 жовтня 2019 року: Офіц. текст. Київ: Алерта, 2019. 102 с. 3. Закон України «Про освіту»: чинне законодавство станом на 14 липня 2021 року: Офіц. текст. Київ: Алерта, 2021. 126 с. 4. Закон України «Про повну загальну середню освіту»: чинне законодавство станом на 20 липня 2021. 125с . 5. Закон України «Про фізичну культуру і спорт « від 24.12 1993 №3808 X-ІІ (редакція станом на 25.07. 2021. 6. Іванова Л.О. Маркетинг послуг. Київ. Кондор, 2019. 508. 7. Ілляшенко С.М. Маркетинг і менеджмент інноваційного розвитку: монографія. Київ. Кондор, 2020. 778 с. 8. Ілляшенко С.М. Маркетинг інновації і інновації в маркетингу. Київ. Кондор, 2020. 615с. 9. Карпенко Н.В. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст. К.: ЦУЛ, 2019. 252 с. 10. Ковальчук С.В. Маркетингова товарна політика. Київ. Кондор, 2020. 174. 11. Криштанович С. Спортивний менеджмент: навч. посібн. Львів ЛДУ ім.. І Боберського. 2020. 208с.. 12. Криштанович С., Халявка В. Менеджмент і маркетинг у фізичній культурі і спорті: навч. посібн. Львів:ЛДУ ім.. І.Боберського, 2018. 176 с. 13. Кузик О. В. Стратегічний маркетинг: Методичні матеріали для самостійної підготовки студентів. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2020. 76 с. 14. Лук'янов В.О., Мунін Г.Б. Маркетинг туристичного бізнесу. Київ.»Кондор», 2016. 336 с. 15. Маркетингова політика закладу вищої освіти: монографія / За заг. ред. Н.Л. Савицької. Харків: ХДУХТ, 2018. 163 с. 16. Мороз Л.А., Косар Н.С., Кузьо Н.Є. Інтернет-реклама в Україні: 	

особливості, виклики, перспективи розвитку. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. 2018. Вип. 29 (1). 176-181с.

17. Палехова Л. Л. Управління сталим розвитком: Довідник базових понять. Дніпро: НТУ «Дніпровська Політехніка», 2020. 332 с. ISBN 978-966-921-006-7.

18. Парсяк В.Н. Маркетинг. Сучасні концепції та технології Київ.»Кондор»,2018. 326 с

19. Писаренко В.В., Багорка М.О. Стратегічний маркетинг. Навчальний посібник Дніпро: Пороги, 2020. 240 с.

20. Приходько І.І. Організація і менеджмент фізичної культури: навч. посібн. Харків: «Цифрова друкарня № 1», 2013. 178с.

21. Розвиток маркетингу в умовах інформатизації суспільства : колект. монографія (за наук. ред. к.е.н., проф. В.П.Пилипчука). К.: КНЕУ. 2018.

22. Сичова О.Є. Формування сучасних маркетингових стратегій для підприємства на вітчизняному ринку товарів та послуг. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2018. № 63. 234-240 с.

23. Смерічевська С.В.Маркетинг і логістика: концептуальні основи та стратегічні рішення: навч. посібн. у схемах і таблицях. Львів: «Магнолія», 2006, 2013. 548с.

24. Ціпов'яз А.Т. Бондаренко В.В. Організація і управління фізичною культурою і спортом: навч. посібн. Кременчук:КПК,2019. 128 с.

25. Шканова О.М. Маркетинг послуг: навч. посібн. Київ.»Кондор»,2018. 304 с.

Допоміжна:

1. Kryshchanovych S. Concept of Future Sports Managers' Professional Competences Formation / M. Kryshchanovych, S. Kryshchanovych, M. Havrylyuk // Ukrainian Journal of Educational Research. V. 2, №1(2). 2017. P. 57-61

2. Дебич М.А. Теоретичні засади інтернаціоналізації вищої освіти: міжнародний досвід: монографія. Ніжин: ПП Лисенко. 2019. 408 с.

3. Копитова І.В. Оцінка оптимальності організаційної структури управління при зміні стратегії підприємства. Ефективна економіка. 2014. № 5. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3056>.

4. Криштанович С. Етапи підготовки системи формування професійної компетентності спортивних менеджерів. Розвиток сучасної освіти і науки: результати, проблеми, перспективи: редактори-упорядники: Я.Гжесяк, І.Зимомря, В.Ільницький]. Конін – Ужгород – Дрогобич: Посвіт, 2018. С. 200-202

5. Криштанович С. Європейський досвід формування професійної компетентності майбутніх менеджерів фізичної культури і спорту. Педагогічний альманах : зб. наук. праць / редкол. В. В. Кузменко (голова) та ін. –Херсон : КВНЗ «Херсонська академія неперервної освіти», 2017. Вип. 35. с. 204 – 211

6. Криштанович С. Ключові компетенції менеджера фізичної культури і

спорту. Проблеми активізації рекреаційно-оздоровчої діяльності населення : матеріали XI міжнародна науково-практична конференція (10-11 травня 2018 року, м. Львів). Львів : ЛДУФК, 2018. С. 319-322

7. Криштанович С. Принципи формування цінностей у спортивних менеджерів. Пріоритети сучасної науки (частина II) : матеріали Міжнародній науково-практичній конференції (Київ, 27 – 28 жовтня 2017 року). Київ. : МЦНД, 2017. С. 31-32.

8. Криштанович С. Процес формування професійної компетентності майбутніх менеджерів фізичної культури і спорту. Нова педагогічна думка : науково-методичний журнал. – Рівне : РОІППО, 2017. Вип. 3 (91). с. 65– 71

9. Криштанович С. Система формування ключових компетентностей майбутніх менеджерів фізичної культури і спорту. Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: «Педагогіка. Соціальна робота»: зб.наук. пр. / Ред.кол. : Козубовська І.В. (гол.ред.) та ін. Ужгород: Вид-во УжНУ «Говерла», 2018. Випуск 1 (42), Частина I, Частина II. С. 122-126

10. Пинк Д. Драйв что на самом деле нас мотивирует: Пер. с англ. - М.: Альпина Паблицер, 2013

11. Теоретико-методичні засади забезпечення якості освіти: монографія. за заг. ред. Д.В. Карамішева. Харків.: ХарPI НАДУ "Магістр", 2020. 180 с.

12. Трейсі, Брайан. Як керують найкращі. [Як одержати максимум від себе та інших. Секрети, перевірені на практиці]; пер. з англ. Р. Клочка. Харків : Клуб сімейного дозвілля, 2017. 208 с.

13. Тягур Р.С. Вимоги, які ставляться до сучасного менеджера у сфері фізичного виховання і спорту. Вісник Прикарпатського університету. Серія: Фізична культура. Івано-Франківськ, 2014. Вип. 20. С. 46-52.

14. Тягур Р.С. Основи менеджменту у фізичній культурі і спорті: посібник . Івано-Франківськ. Видавець Віктор Дяків, 2016. 144 с.

15. Тягур Р.С. Розпорядча діяльність керівника у сфері фізичного виховання і спорту (комунікаційно-інформаційний аспект).. Вісник Прикарпатського університету. Серія: Фізична культура. Івано-Франківськ, 2017. Вип. 27- 28 С. 303 -318.

16. Тягур Р.С. Сутність, принципи та напрямки наукової організації праці у сфері фізичного виховання і спорту. Вісник Прикарпатського університету. Серія: Фізична культура. Івано-Франківськ, 2015. Вип. 22. С. 57-75.

17. Тягур Р.С. Управління у сфері фізичного виховання: словник базових термінів. Івано-Франківськ: Видавець Віктор Дяків, 2015. 148 с.

18. Тягур Р.С. Управління у фізичній культурі і спорті: короткий лекційний курс. Івано-Франківськ: «Просвіта», 2021. 96 с.

19. Тягур Р.С. Управління у фізичній культурі і спорті: робочий зошит студента. Івано-Франківськ: Видавець Віктор Дяків, 2017. 172 с.

20. Тягур Р.С. Управління у фізичній культурі: короткий лекційний курс. Івано-Франківськ: «Просвіта», 2021. 96 с.

21. Тягур Роман, Мисів Володимир, Матійчук Ігор. Менеджер у фізичній культурі: планування особистої діяльності. Вісник Прикарпатського університету. Серія: Фізична культура. 2020. Вип. 36. С. 74 – 86 .

22. Феррацці К. Ніколи не їжте наодинці та інші секрети успіху завдяки широкому колу знайомств / Кейт Феррацці. Нью-Йорк, 2014. С. 400.
23. Чан Кім В. Стратегія блакитного океану. Бостон, 2015. С. 288.
24. Яцишина Л., Ющук Ю. Маркетингові стратегії для малого підприємства на ринку пивоваріння. Маркетинг в Україні. 2018. №2. 55-62 с.

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Законодавство України. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>
2. Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського. – Режим доступу: www.nbuv.gov.ua
3. Репозитарій ЛДУФК. – Режим доступу: <http://repository.ldufk.edu.ua>
4. Журнал «Маркетинг в Україні». URL : <http://uam.in.ua/ukr/>
5. Сайт журналу Marketing Media Review (MMR). URL : <http://mmr.net.ua/>

7. Контактна інформація

Кафедра	Кафедра спортивно-педагогічних дисциплін м.Івано-Франківськ, вул. Шевченка, 57 тел. +38(0342) 59-60-20 https://ktmfks.pnu.edu.ua/ e-mail: ktmfks@pnu.edu.ua
Викладач	Тягур Роман Степанович Кандид педагогічних наук, доцент
Контактна інформація викладача	Номер мобільного телефону 0969198380 Корпоративна пошта roman.tiahur@pnu.edu.ua

Академічна доброчесність	<p>Дотримання академічної доброчесності засновується на ряді положень та принципів академічної доброчесності, що регламентують діяльність здобувачів вищої освіти та викладачів університету:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Кодекс честі ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» ➤ Положення про запобігання академічному плагіату та іншим порушенням академічної доброчесності у навчальній та науково-дослідній роботі студентів ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника». ➤ Положення про Комісію з питань етики та академічної доброчесності ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника». ➤ Положення про запобігання академічному плагіату у ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника». ➤ Склад комісії з питань етики та академічної
--------------------------	--

	<p>доброчесності ДВНЗ “Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника”.</p> <p>➤ Лист МОН України “До питання уникнення проблем і помилок у практиках забезпечення академічної доброчесності”.</p> <p>Ознайомитися з даними положеннями та документами можна за посиланням: https://pnu.edu.ua/положення-про-запобігання-плагіату/</p>
Пропуски занять (відпрацювання)	<p>Можливість і порядок відпрацювання пропущених студентом занять регламентується у відповідності до «Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності здобувачів вищої освіти ДВНЗ “Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника ” (введено в дію наказом ректора №799 від 26.11.2019 р.; із внесеними змінами наказом № 212 від 06.04.2021 р.) (див. стор. 4.).</p> <p>Ознайомитися з положенням можна за посиланням: https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/ https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2021/04/isinuvannia_nove2.pdf</p>
Виконання завдання пізніше встановленого терміну	<p>У разі виконання завдання студентом пізніше встановленого терміну, без попереднього узгодження ситуації з викладачем, регламентується у відповідності до « Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності здобувачів вищої освіти ДВНЗ “Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника ” (введено в дію наказом ректора №799 від 26.11.2019 р.; із внесеними змінами наказом № 212 від 06.04.2021 р.) » – стор. 4-5.</p> <p>Ознайомитися із положенням можна за посиланням: https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/</p>
Невідповідна поведінка під час заняття	<p>Невідповідна поведінка під час заняття регламентується рядом положень про академічну доброчесність (див. вище) та може призвести до відрахування здобувача вищої освіти (студента) «за порушення навчальної дисципліни і правил внутрішнього розпорядку вищого закладу освіти», відповідно до п.14 «Відрахування студентів» «Положення про порядок переведення, відрахування та поновлення студентів вищих закладів освіти» – ознайомитися із положенням можна за посиланням: https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/</p>
Додаткові бали	<p>Отримання додаткових балів за дисципліною можливе в разі виконання індивідуальних завдань, попередньо узгоджених з викладачем. Перелік індивідуальних завдань міститься у навчальній програмі до курсу.</p>

	<p>Також за рішенням кафедри професійної освіти та інноваційних технологій студентам, які брали участь у науково-дослідній роботі (роботі конференцій, студентських наукових гуртків та проблемних груп, підготовці публікацій), а також були учасниками олімпіад, конкурсів, можуть присуджуватися додаткові бали «Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності здобувачів вищої освіти ДВНЗ «Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника » (введено в дію наказом ректора №799 від 26.11.2019 р.; із внесеними змінами наказом № 212 від 06.04.2021 р.)– стор. 3.</p> <p>Ознайомитися із положенням можна за посиланням: https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/</p>
Неформальна освіта	<p>Можливість зарахування результатів неформальної освіти регламентується «Положенням про порядок зарахування результатів неформальної освіти у ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» (введено в дію наказом ректора №819 від 29.11.2019) – https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/</p>

Викладач:
кандидат педагогічних наук,
доцент

Тягур Роман Степанович