

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

Кафедра фізичної культури і спорту

ЗАТВЕРДЖЕНО

Гуманітарно-педагогічний факультет
“19” червня 2025 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

**ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ, МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ У
СФЕРІ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ І СПОРТУ**

Галузь знань _____ 01 Освіта/Педагогіка _____

Спеціальність _____ 017 Фізична культура і спорт _____

Освітньо-професійна програма _____ Фізична культура і спорт _____

Факультет (ННІ) _____ Гуманітарно-педагогічний _____

Розробник: доцент кафедри фізичної культури і спорту, доктор філософії,
доцент Мирошніченко В.О., викладач кафедри фізичної культури
і спорту Кризський Ю.Ю.

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Навчальна дисципліна спрямована на формування у здобувачів вищої освіти базових знань, умінь і навичок у сфері управління спортивними організаціями та просування спортивних продуктів і послуг. У рамках курсу розглядаються принципи та функції менеджменту в спорті, структура та діяльність спортивних організацій, особливості планування, прийняття управлінських рішень, а також основи маркетингової діяльності у сфері фізичної культури та спорту. Особлива увага приділяється питанням брендингу, реклами, спонсорства, маркетингових досліджень і взаємодії зі споживачами. Дисципліна формує у студентів сучасне бачення ролі менеджера і маркетолога в спорті, сприяє розвитку критичного мислення, аналітичних здібностей і комунікативних навичок, необхідних для ефективної професійної діяльності.

ОК 30 «ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ, МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ У СФЕРІ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ І СПОРТУ»

Галузь знань, напрям підготовки, спеціальність, освітньо-кваліфікаційний рівень	
Освітній ступінь	бакалавр
Галузь знань	01 Освіта/педагогіка
Спеціальність	017 Фізична культура і спорт
Освітньо-професійна програма	Фізична культура і спорт
Характеристика навчальної дисципліни	
Вид	Обов'язковий освітній компонент
Загальна кількість годин	120
Кількість кредитів ECTS	4
Кількість змістових модулів	3
Курсовий проект (робота) (за наявності)	Не передбачено
Форма контролю	Екзамен
Показники навчальної дисципліни для денної та заочної форм навчання	
Рік підготовки (курс)	3 (третій)
Семестр	6
Лекційні заняття	45 год.
Практичні, семінарські заняття	30 год.
Лабораторні заняття	-
Самостійна робота	45 год.
Індивідуальні завдання	-
Кількість тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних	5 год.

1. Мета, компетентності та програмні результати навчальної дисципліни

Метою вивчення навчальної дисципліни «Основи управління менеджменту та маркетингу в сфері фізичної культури та спорту» є: теоретична та практична підготовка здобувачів щодо теорії управління, управлінської діяльності, практичних навичок менеджера та маркетингу фізкультурно-спортивної організації, що можуть бути застосовані у майбутній професійній діяльності фахівців фізичної культури і спорту.

Набуття компетентностей:

• Інтегральна компетентність (ІК)

Здатність розв'язувати складні спеціалізовані завдання та практичні проблеми у сфері фізичної культури і спорту або у процесі навчання, що передбачає застосування теорій та методів наук з фізичного виховання і спорту, та характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

• Загальні компетентності (ЗК)

ЗК 1. Здатність вчитися та оволодівати сучасними знаннями.

ЗК 2. 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.

ЗК 5. Здатність планувати та управляти часом.

ЗК 9. Навички міжособистісної взаємодії.

• Фахові (спеціальні) компетентності (СК):

СК 1. Здатність забезпечувати формування фізичної культури особистості.

СК 6. Здатність до розуміння ретроспективи формування сфери фізичної культури і спорту.

СК 13. Здатність застосовувати сучасні технології управління суб'єктами сфери фізичної культури і спорту. Знати технологію проектування послуг фізичної культури і спорту в рамках маркетингу. Володіти технологією комунікативної діяльності на ринку послуг фізичної культури і спорту.

• Результати навчання (РН):

РН 1. Здійснювати аналіз суспільних процесів у сфері фізичної культури і спорту, демонструвати власне бачення шляхів розв'язання існуючих проблем.

РН 5. Засвоювати нову фахову інформацію, оцінювати й представляти власний досвід, аналізувати й застосовувати досвід колег.

РН 12. Аналізувати процеси становлення та розвитку різних напрямів спорту, олімпійського руху та олімпійської освіти на міжнародному та національному рівнях.

РН 19. Аргументувати управлінські рішення для вирішення проблем, які виникають в роботі суб'єктів фізичної культури і спорту; мати навички лідерства.

РН 20. Використовувати нормативні та правові акти, що регламентують професійну діяльність.

2. Програма та структура навчальної дисципліни повного терміну денної форми здобуття вищої освіти:

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин					
	денна форма					
	усього	у тому числі				
		л.	пр.	лаб	нд	ср.
1	2	3	4	5	6	7
Змістовий модуль 1. Теоретичні основи управління фізичною культурою і спортом						
Тема 1.1. Поняття організації та управління в галузі фізичної культури і спорту	4	2				2
Тема 1.2. Система управління фізичною культурою і спортом в Україні	6	2	2			2
Тема 1.3. Забезпечення діяльності фізичної культури і спорту як галузі народного господарства	6	2	2			2
Тема 1.4. Типологія фізкультурних і спортивних організацій в територіальних громадах.	6	2	2			2
Тема 1.5. Державні та недержавні органи управління фізичною культурою і спортом	6	2	2			2
Тема 1.6. Інформаційне забезпечення спортивного управління	6	2	2			2
Разом за змістовим модулем 1.	34	12	10			12
Змістовий модуль 2. Сутність і функціональні різновиди менеджменту у фізичній культурі та спорті						
Тема 2.1. Поняття і сутність менеджменту в сфері ФКіС. Методи і функції менеджменту	4	2				2
Тема 2.2. Спортивна організація як об'єкт управління	6	2	2			2
Тема 2.3. Керівництво, влада, лідерство.	4	2				2
Тема 2.4. Організація праці в менеджменті	6	2	2			2
Тема 2.5. Процес менеджменту і технологія прийняття рішень	6	2	2			2
Тема 2.6. Фінансовий менеджмент	6	2	2			2
Тема 2.7. Менеджмент спортивних змагань	4	2				2

Тема 2.8. Менеджмент олімпійського і професійного спорту	6	2	2			2
Разом за змістовим модулем 2	42	16	10			16
Змістовий модуль 3. Теоретичні основи маркетингу у фізичній культурі і спорті						
Тема 3.1. Поняття та сутність маркетингу в сфері ФКіС	4	2				2
Тема 3.2. Формування маркетингової інформаційної системи на основі проведення маркетингових досліджень. Вивчення потреб і поведінки споживачів	6	2	2			2
Тема 3.3. Маркетингова товарна та цінова політика підприємства	6	2	2			2
Тема 3.4 Маркетингові дослідження у спортивній та фізкультурно-оздоровчій галузі	6	2	2			2
Тема 3.5. Спортивні події. Види послуг та їх характеристика	4	2				2
Тема 3.6. Формування фінансового забезпечення спортивних подій	6	2	2			2
Тема 3.7. Комунікаційна діяльність організаторів спортивних подій	4	2				2
Тема 3.8. Аналіз результативності здійснення спортивних подій та маркетингової діяльності	6	2	2			2
Разом за змістовим модулем 3.	42	16	10			16
Всього:	120	45	30			45

3. Теми лекцій

№ з/п	Назва теми	К-ть годин
	Змістовний модуль 1	
1	Поняття організації та управління в галузі фізичної культури і спорту	2
2	Система управління фізичною культурою і спортом в Україні	2
3	Забезпечення діяльності фізичної культури і спорту як галузі народного господарства	2
4	Типологія фізкультурних і спортивних організацій в територіальних громадах.	2
5	Державні та недержавні органи управління фізичною культурою і спортом	2
6	Інформаційне забезпечення спортивного управління	2

	Змістовний модуль 2	
7	Поняття і сутність менеджменту в сфері ФКіС. Методи і функції менеджменту	2
8	Спортивна організація як об'єкт управління	2
9	Керівництво, влада, лідерство.	2
10	Організація праці в менеджменті	2
11	Процес менеджменту і технологія прийняття рішень	2
12	Фінансовий менеджмент	2
13	Менеджмент спортивних змагань	2
14	Менеджмент олімпійського і професійного спорту	2
	Змістовний модуль 3	
15	Поняття та сутність маркетингу в сфері ФКіС	2
16	Формування маркетингової інформаційної системи на основі проведення маркетингових досліджень. Вивчення потреб і поведінки споживачів	2
17	Маркетингова товарна та цінова політика підприємства	2
18	Маркетингові дослідження у спортивній та фізкультурно-оздоровчій галузі	2
19	Спортивні події. Види послуг та їх характеристика	2
20	Формування фінансового забезпечення спортивних подій	2
21	Комунікаційна діяльність організаторів спортивних подій	2
22	Аналіз результативності здійснення спортивних подій та маркетингової діяльності	2
	Всього годин	45

4. Темы практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
	Змістовний модуль 1	
1	Організація як суб'єкт управління в галузі фізичної культури і спорту	2
2.	Фізична культура і спорт у системі ринкових відносин	2
3.	Елементи системи управління організації. Рівні управління та носії управлінської структури організації	2
4.	Державні та недержавні органи управління фізичною культурою і спортом	2
5.	Складові успіху, завдання та класифікація цілей організації. Середовище існування організації (внутрішнє та зовнішнє)	2
	Змістовний модуль 2	
6.	Сутність, значення та класифікація методів менеджменту	2
7.	Організаційна функція менеджменту. Правила організації управління. Структура управління організації.	2

	Фактори впливу на структуру управління. Етапи організаційного проектування	
8.	Влада. Види повноважень. Форми влади. - Лідерство. Теорії лідерства.	2
9.	Мотиваційна функція менеджменту. Чинники, що впливають на потреби людини	2
10.	Особливості менеджменту в олімпійському та професійному спорті	2
Змістовий модуль 3		
11.	Поняття маркетингу. Історичні передумови виникнення маркетингу. Методологічні підходи визначення терміну «маркетинг».	2
12.	Етапи розвитку маркетингу. Цілі, принципи та завдання маркетингу підприємства. Види маркетингу та їх характеристика.	2
13.	Концепції діяльності підприємства на ринку.	2
14.	Розробка робочого плану маркетингових досліджень. Зміст етапів проведення маркетингових досліджень.	2
15.	Сутність, цілі та завдання маркетингової цінової політики підприємства. Фактори, що впливають на формування цінової політики підприємства. Етапи процесу та методи ціноутворення.	2
Всього годин		30

5. Тематичні заняття

№ з/п	Назва теми	К-ть годин
Змістовний модуль 1		
1.	Структура управління галуззю фізичної культури і спорту.	2
2.	Суб'єкти та об'єкти управління галуззю фізичної культури і спорту.	2
3.	Обґрунтування принципів управління галуззю фізичної культури і спорту.	2
4.	Реалізація основних функцій управління галуззю фізичної культури і спорту в Україні на різних рівнях (держава, область, район, місто, фізкультурно-спортивна організація).	2
5.	Громадські органи управління галуззю фізичної культури і спорту в Україні.	2
6.	Система спортивних шкіл в Україні та за кордоном.	2
Змістовний модуль 2		
7.	Правове регулювання діяльності галузі фізичної культури і спорту в Україні.	2

8.	Економічні показники діяльності галузі фізичної культури і спорту в Україні за останні роки.	2
9.	Роль комунікації в роботі менеджера.	2
10.	Врахування особистісних якостей у роботі менеджера.	2
11.	Сприйняття як процес отримання інформації в менеджменті.	2
12.	Рішення менеджера як вибір альтернативи. Різні підходи до прийняття менеджерського рішення.	2
13.	Чинники, що впливають на прийняття менеджерського рішення.	2
14.	Менеджерські рішення в організаційному менеджменті.	2
Змістовий модуль 3		
15.	Методологічні основи маркетингу в сфері фізичної культури та спорту	2
16.	Основи підприємництва в спорті	2
17.	Дослідження ринку в спорті. Попит та пропозиція	2
18.	Спортивне ліцензування	2
19.	Види маркетингу маркетинг як прогресивна технологія просування	2
20.	Реклама та робота з громадськістю у спорті	2
21.	Товарні знаки у спортивному бізнесі	2
22.	Бізнес-планування в спортивній індустрії	3
	Всього годин	45

6. Методи та засоби діагностики результатів навчання:

- усне або письмове опитування;
- співбесіда;
- тестування;
- захист практичних робіт.

Методи та засоби діагностики результатів навчання з дисципліни застосовуються під час проведення практичних занять для перевірки рівня підготовленості здобувачів вищої освіти до виконання конкретної роботи.

За допомогою цих методів і засобів проводиться проміжна атестація після вивчення програмного матеріалу для визначення рівня знань здобувачів вищої освіти з програмного матеріалу, отриманих під час усіх видів занять і самостійної роботи.

Семестрова атестація (підсумкова) проводиться у формі семестрового екзамену.

6.1. Контрольні питання

1. Сутність та зміст менеджменту
2. Розвиток управління як науки
3. Етапи та види управління

4. Сутність менеджменту в спорті.
5. Поняття та структура організації як об'єкту управління.
6. Складові успіху, завдання та класифікація цілей організації.
7. Середовище існування організації (внутрішнє та зовнішнє).
8. Культура організації.
9. Закони та закономірності менеджменту ФКіС.
10. Принципи менеджменту ФКіС.
11. Методи менеджменту ФКіС.
12. Поняття та класифікація функцій процесу управління
13. Сутність та особливості керівництва.
14. Стилi керівництва.
15. Типи влади.
16. Лідерство.
17. Риси сучасного менеджера.
18. Сутність та зміст організації праці.
19. Етапи процесу організації праці в менеджменті.
20. Поділ праці в менеджменті.
21. Види кооперації праці в менеджменті.
22. Робоче місце працівника менеджменту організації.
23. Поняття маркетингу та етапи його розвитку.
24. Цілі, принципи та завдання маркетингу підприємства.
25. Види маркетингу та їх характеристика.
26. Поняття маркетингової інформаційної системи.
27. Суть маркетингових досліджень та практика організації проведення на ринку.
28. Види опитування. Характеристика методів опитування.
29. Методичні засади комплексного маркетингового дослідження ринку та етапи проведення.
30. Фактори, що впливають на поведінку покупців.
31. Сутність ринкового сегментування.
32. Етапи процесу сегментування ринку.
33. Етапи позиціонування товару.
34. Сутність, цілі та завдання маркетингової товарної політики підприємства.
35. Концепція життєвого циклу товару.
36. Етапи розробки нового продукту.
37. Сутність, цілі та завдання маркетингової цінової політики підприємства.
38. Етапи процесу та методи ціноутворення.
39. Маркетингова політика розповсюдження.
40. Функції та характеристики каналів розповсюдження.
41. Характеристика методів оцінки та вибору каналів розповсюдження.
42. Взаємозв'язок маркетингової політики розповсюдження та логістики.

43. Формування міжнародних каналів розповсюдження.
44. Сутність, значення та завдання політики розповсюдження.
45. Маркетингова політика комунікацій.
46. Реклама в системі маркетингових комунікацій.
47. Організація маркетингової діяльності підприємства.
48. Контроль маркетингової діяльності підприємства.

7. Методи навчання

Під час викладання дисципліни «Основи управління, менеджменту і маркетингу у сфері фізичної культури і спорту» застосовуються такі методи навчання, як:

Словесні:

- лекція
- пояснення
- розповідь
- бесіда
- робота з підручниками, навчальними посібниками, науковими статтями

Наочні:

- ілюстрування
- демонстрування
- самостійне спостереження

Практичні:

- вправи; - контрольні роботи

8. Оцінювання результатів навчання

Оцінювання знань здобувача вищої освіти відбувається за 100-бальною шкалою і переводиться в національну оцінку згідно чинного «Положення про екзамени та заліки у НУБіП України».

8.1. Розподіл балів за видами навчальної діяльності

Вид навчальної діяльності	Результати навчання	Оцінювання
Модуль 1. Теоретичні основи управління фізичною культурою і спортом		
Відповіді студентів на практичному занятті за Темою 1	РН1, РН5, РН12, РН19, РН20 Знати: Теоретичні основи та методологічні принципи управління в галузі фізичної культури і спорту. Вміти:	10
Відповіді студентів на практичному занятті за Темою 2	- оперувати термінологічним апаратом в сфері управління галуззю фізичної культури і спорту в Україні; - добирати актуальні теорії та методи для роботи з інформацією в цій галузі.	10
Відповіді студентів на практичному занятті за Темою 3	Знати: Основні засади функціонування управлінської системи в галузі фізичної культури і спорту. Вміти:	10

Відповіді студентів на практичному занятті за Темою 4	- орієнтуватись в структурних елементах системи управління фізичною культурою і спортом; - класифікувати та диференціювати явища в системі управління фізичною культурою і спортом в Україні. Знати: Основні принципи функціонування діяльності фізичної культури і спорту як галузі народного господарства. Вміти: - підбирати засоби управління фізичною культурою і спортом з урахуванням специфіки галузі народного господарства; - фахово адаптовувати теоретичні знання в сфері управління, під специфічні вимоги галузі народного господарства. Знати: Основні різновиди та типологію фізкультурних і спортивних організацій в територіальних громадах. Вміти: - вирізняти види та типи фізкультурних і спортивних організацій в територіальних громадах; - орієнтуватись в стилях та видах управління в різних фізкультурних і спортивних організаціях. Знати: Особливості функціонування державних та недержавних органи управління фізичною культурою і спортом. Вміти: - відрізняти державні від недержавних органів управління фізичною культурою і спортом; - оперувати поняттями управлінських стратегій державних та недержавних органів управління.	10
Відповіді студентів на практичному занятті за Темою 5		10
Наявність конспектів за темами самостійної роботи		20
Модульна контрольна робота 1 (Написання есе на 3 контрольні питання за тематикою змістовного модуля)		30
Всього за модулем 1		100
Модуль 2. Сутність і функціональні різновиди менеджменту у фізичній культурі та спорті		
Відповіді студентів на практичному занятті за Темою 6	РН1, РН5, РН12, РН19, РН20 Знати: Основні поняття та термінологію менеджменту в сфері ФКіС. Загальні та спеціальні методи дослідження та основні теоретичні підходи і функції менеджменту в сфері ФКіС. Вміти: - оперувати поняттями менеджменту в сфері ФКіС; - добирати актуальні теорії та методи для роботи з інформацією в цій галузі. Знати: поняття та сутність спортивної організації. Вміти: оперувати основними поняттями та структурними компонентами спортивних організацій як суб'єкту управління. Знати: Особливості та стилі керівництва. Вміти: - розрізняти стилі керівництва; - користуватись знаннями із психологічних аспектів лідерства та управління персоналом і корпоративної етики. Знати: Основні положення організації праці в менеджменті в сфері ФКіС Вміти: - добирати методи керівництва та способи організації праці; - здійснювати аналіз суспільних процесів у сфері фізичної культури і спорту, демонструвати власне бачення шляхів розв'язання існуючих проблем. - мати навички лідерства. Знати: теоретичні аспекти процесу прийняття рішень в менеджменті в сфері ФКіС. Вміти: - аргументувати управлінські рішення для вирішення проблем, які виникають в роботі суб'єктів фізичної культури і спорту;	10
Відповіді студентів на практичному занятті за Темою 7		10
Відповіді студентів на практичному занятті за Темою 8		10
Відповіді студентів на практичному занятті за Темою 9		10
Відповіді студентів на практичному занятті за Темою 10		10
Наявність конспектів за темами самостійної роботи		20

Модульна контрольна робота 2 (Написання есе на 3 контрольні питання за тематикою змістовного модуля)		
Всього за модулем 2		100
Модуль 3. Теоретичні основи маркетингу у фізичній культурі і спорті		
Відповіді студентів на практичному занятті за Темою 11	РН1, РН5, РН12, РН19, РН20 Знати: що таке маркетинг і його понятійний апарат в специфічній сфері фізичної культури і спорту. Вміти: - засвоювати нову фахову інформацію, оцінювати й представляти власний досвід, аналізувати й застосовувати досвід колег;	10
Відповіді студентів на практичному занятті за Темою 12	- логічно оцінювати стан маркетингових потреб сфери, та якісно продукувати нові маркетингові ідеї. Знати: нюанси маркетингової інформаційної системи та орієнтуватись в потребах і поведінці споживачів. Вміти:	10
Відповіді студентів на практичному занятті за Темою 13	- оперувати та аналізувати інформацію, робити дослідження та обробку даних;	10
Відповіді студентів на практичному занятті за Темою 14	Знати: Особливості ринкової системи та концепцію ціноутворення. Вміти: - ґрунтовно оцінювати політику підприємства; - аналізувати сегменти ринку.	10
Відповіді студентів на практичному занятті за Темою 15	Знати: алгоритм проведення маркетингового дослідження у спортивній та фізкультурно-оздоровчій галузі. Вміти: - моделювати маркетингові дослідження згідно потреб ринку; - проводити первинні дослідження ринку.	10
Наявність конспектів за темами самостійної роботи	Знати: визначення основних категорій фізкультурно-спортивних послуг, їх основні характеристики; важливість якості послуг та взаємодії з клієнтами Вміти: - відслідковувати тенденції у сфері фізкультурно-спортивних послуг; - ефективно комунікувати у сфері надання різних видів послуг	20
Модульна контрольна робота 3 (Написання есе на 3 контрольні питання за тематикою змістовного модуля)		30
Всього за модулем 3		100
Навчальна робота	$(M1 + M2)/2 * 0,7 \leq 70$	
Екзамен	30	
Всього за курс	$(\text{Навчальна робота} + \text{екзамен}) \leq 100$	

8.2. Шкала оцінювання знань здобувача вищої освіти

Рейтинг здобувача вищої освіти, бали	Оцінка за національною системою (екзамени/заліки)
90-100	відмінно
74-89	добре
60-73	задовільно
0-59	незадовільно

8.3. Політика оцінювання

Політика щодо дедлайнів та перескладання:	Презентації, тестові завдання, доповіді, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання модулів відбувається із дозволу викладача за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
Політика щодо академічної доброчесності:	Презентації, тестові завдання, доповіді повинні бути оформлені згідно зразку та мати коректні текстові посилання на використану літературу
Політика щодо відвідування:	Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально (в он-лайн формі за погодженням із деканом факультету)

8.4. Критерії оцінювання навчальних досягнень студентів з навчальної дисципліни

«Основи управління, менеджменту та маркетингу у сфері фізичної культури і спорту»

*Критерії оцінювання відповіді студентів на практичних заняттях
(оцінюється до 10 балів)*

Оцінка, в балах	Критерії оцінювання
9-10	Студент має глибокі міцні і системні знання з теми, використовує наукову термінологію, вільно володіє понятійним апаратом. Вміє працювати з науковою літературою. Будує відповідь логічно, послідовно, розгорнуто, використовуючи наукову термінологію. Не допускає помилок в усній формі.
7-8	Студент має міцні ґрунтовні знання, вміє застосовувати їх на практиці, виконує практичну роботу без помилок, але може допустити неточності, окремі помилки в формулюванні відповідей, незначні мовні помилки в наведених прикладах. Студент недостатньо вміє самостійно мислити, не може вийти за межі теми.
5-6	Студент в цілому володіє навчальним матеріалом викладає його основний зміст під час усних виступів, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки.
3-4	Не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом, має фрагментарні знання з теми. Не володіє термінологією, оскільки понятійний апарат не сформований. Не вміє викласти програмний матеріал. Мова невиразна, обмежена, бідна, словниковий запас не дає змогу оформити ідею.
1-2	Частково володіє навчальним матеріалом не в змозі викласти зміст більшості питань теми під час усних виступів, допускаючи при цьому суттєві помилки.

Критерії оцінювання самостійної роботи
(оцінюється до 20 балів)

Оцінка, в балах	Критерії оцінювання
20	Студент опрацював всі 100% тем самостійної роботи за відповідним змістовним модулем якісно і повно, що підтверджується конспектом.
17-19	Студент опрацював 90-80% тем самостійної роботи за відповідним змістовним модулем, що підтверджується конспектом.
14-16	Студент опрацював в 70% тем самостійної роботи за відповідним змістовним модулем, що підтверджується конспектом.
11-13	Студент опрацював 60% тем самостійної роботи за відповідним змістовним модулем, що підтверджується конспектом.
8-10	Студент опрацював 50% тем самостійної роботи за відповідним змістовним модулем якісно і повно, що підтверджується конспектом.
5-7	Студент опрацював 40-30% тем самостійної роботи за відповідним змістовним модулем якісно і повно, що підтверджується конспектом.
2-4	Студент опрацював 20% тем самостійної роботи за відповідним змістовним модулем якісно і повно, що підтверджується конспектом.
1	Студент опрацював 10% тем самостійної роботи за відповідним змістовним модулем якісно і повно, що підтверджується конспектом.

Критерії оцінювання написання есе на 3 питання модульних контрольних робіт (оцінюється до 10 балів за кожне питання)

(3 питання по **10** балів):

Оцінка, в балах	Критерії оцінювання
9-10	В повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час написання есе, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань.
7-8	Достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час написання есе, в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань. Але при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки
5-6	В цілому володіє навчальним матеріалом викладає його основний зміст під час написання есе, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки
3-4	Не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час написання есе, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності
1-2	Частково володіє навчальним матеріалом не в змозі викласти зміст більшості питань теми під час написання есе, допускаючи при цьому суттєві помилки

Критерії оцінювання складання студентами екзамену

(оцінюється в 30 балів)

Критерії оцінювання написання студентом відповідей на екзаменаційні запитання. Відповідь на одне екзаменаційне запитання, оцінюється до **10** балів (2 питання по **10** балів):

Оцінка, в балах	Критерії оцінювання
9-10	В повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу
7-8	Достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу. Але при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки
5-6	В цілому володіє навчальним матеріалом викладає його основний зміст під час усних виступів та письмових відповідей, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, без використання необхідної літератури допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки
3-4	Не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час усних виступів та письмових відповідей, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності
1-2	Частково володіє навчальним матеріалом не в змозі викласти зміст більшості питань теми під час усних виступів та письмових відповідей, допускаючи при цьому суттєві помилки

Написання тестових завдань, оцінюється до 10 балів. За кожен правильну відповідь на питання, студент отримує 1 бал (10 питань*1 бал = 10 балів).

9. Навчально-методичне забезпечення

Методичним забезпеченням навчальної дисципліни «Основи управління, менеджменту та маркетингу у сфері фізичної культури і спорту» є:

- навчальний план підготовки майбутнього фахівця першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 017 Фізична культура і спорт.
- посилання на цифрові освітні ресурси;
- підручники, навчальні посібники, практикуми;
- методичні матеріали щодо вивчення навчальної дисципліни для здобувачів

- вищої освіти денної форми здобуття вищої освіти;
- ця робоча програма;
 - методичні матеріали, що забезпечують самостійну роботу студентів;
 - завдання для самостійної роботи студентів;
 - контрольні питання для поточного і підсумкового контролю;
 - слайди, відео фрагменти навчального матеріалу;
 - електронні презентації навчального матеріалу.

10. Рекомендовані джерела інформації

Основні:

1. Бондарчук Н. Я. Менеджмент у сфері фізичної культури і спорту: Навчальний посібник. Ужгород: Поліпрінт, 2010. 170 с.
2. Грибан Г. П. Управління у сфері фізичної культури і спорту : метод. рекомендації / Г. П. Грибан. Житомир : Видав. "Рута", 2022. 124 с
3. Жданова О.М., Чеховська Л. Я. Основи управління сферою фізичної культури і спорту: навч. посіб. для студентів ВНЗ фізичного виховання і спорту. Львів: ЛДУФК, 2017. 244 с.
4. Імас Є.В, Мічуда Ю.П, Ярмолюк О.В. Маркетинг у спорті: теорія та практика. Київ: НУФВСУ, Олімпійська література; 2017. 272 с.
5. Король С. А., Долгова Н. О. Основи менеджменту та маркетингу сфери фізичної культури і спорту : конспект лекцій для студ. спец. 017 "Фізична культура і спорт". Суми : Сумський державний університет, 2024. 122 с.
6. Криштанович С. Менеджмент і маркетинг у фізичній культурі і спорті : навч. посіб. / Світлана Криштанович, Володимир Холявка. Львів : ЛДУФК, 2018. 176 с.
7. Мічуда Ю.П. Сфера фізичної культури і спорту в умовах ринку: закономірності функціонування та розвитку. Київ: Олімпійська література; 2007. 215 с.

Додаткові:

1. Біловодська О.А. Маркетинговий менеджмент: навч. посіб. Київ: Знання; 2010. 332 с.
2. Гасюк І.Л. Державне управління фізичною культурою та спортом: стан та перспективи розвитку: монографія. Харків: ПП Балюк І. Б.; 2011. 432с.
3. Іванова Л.О., Семак Б.Б., Вовчанська О.М. Маркетинг послуг: навч. посіб. Львів: Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. 508 с.

4. Крикавський Є.В. Маркетинговий менеджмент: навч. посібник. Львів: Видавництво Львівської політехніки; 2014. 380 с.
5. Основи менеджменту та маркетингу у фітнес індустрії : метод. вказ. до самост. роботи для здобувачів перш. (бакалавр.) рівня вищ. освіти спеціальність 017 "Фізична культура і спорт" / уклад.: Д. М. Драгунов, Ю. М. Ридзель. Чернігів : НУ «Чернігівська політехніка», 2024. 15 с.
6. Про Національну стратегію з оздоровчої рухової активності в Україні на період до 2025 року „Рухова активність – здоровий спосіб життя – здорова нація” : Указ Президента від 09.02.2016 р., № 42/2016.
7. Путятіна Г.М., Середа Н.В. Маркетингова діяльність некомерційних організацій (на прикладі дитячо-юнацьких спортивних шкіл): навч. посіб. для студ. ВНЗ фізкультурно-спортивного профілю. Харків: ХДАФК, 2013. 102 с.
8. Разумовський С.О. Теорія і практика економічної культури в спортивній діяльності: навч. посіб. Харків; 2012. 140 с.
9. Стратегічне управління розвитком фізичної культури і спорту: збірник наукових праць. Харків: ХДАФК, 2023. 227 с.
10. Танклевська Н. С., Вибранський В. В. Основи маркетингу в спортивній сфері. Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України: зб. наук. пр. 2019. Вип. 6(140). С. 20-25
11. Танклевська Н.С., Вибранський В.В. Сучасні концепції спортивного менеджменту. Фінансовий простір. 2020. 1 (37). С. 52-65

Інформаційні ресурси:

1. Дутчак М. В. Класифікація професій у сфері фізичної культури і спорту в Україні: стан та перспективи. Спортивна наука України. 2010. № 2. С. 25–41. Режим доступу: <http://www.sportscience.org.ua/index.php/>
2. Концепція Державної цільової соціальної програми розвитку фізичної культури і спорту на період до 2020 року: розпорядження Кабінету Міністрів України від 9 грудня 2015 р. № 1320-р. Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1320-2015-p>
3. Міністерство молоді та спорту України. Офіційний сайт. Режим доступу: <https://mms.gov.ua/>
4. Приходько І.І., Корнієнко І.Г. Організація і менеджмент фізичної культури. Для студентів 2 курсу (за кредитно-модульною системою): навч. посіб. Харків: ХДАФК, 2009. Режим доступу: <https://studfiles.net/preview/5593080/page:22/>
5. Прокопова Л.І., Чхайло М.Б. Основи маркетингу і менеджменту фізкультурно-оздоровчих послуг: навч. посібник. Суми: Вид-во СумДПУ ім. А. С. Макаренка; 2012. 298с. Режим доступу: https://repository.sspu.sumy.ua/bitstream/123456789/4381/3/Prokopova_Osnovy%20Marketingu.pdf