

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАНИ

Кафедра фізичного виховання

“ЗАТВЕРДЖУЮ”
Декан гуманітарно-педагогічного факультету, доц.
Інна САВИЦЬКА
“_____” _____ 2023 р.



“СХВАЛЕНО”
на засіданні кафедри фізичного виховання
Протокол № 20 від 30.05.2023 р.
завідувач кафедри фізичного виховання
Микола КОСТЕНКО

”РОЗГЛЯНУТО”
Гарант ОПП
«Фізична культура і спорт» (ОС «Бакалавр»),
доцент кафедри фізичного виховання
Сава БРИНЗАК

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ ЕКОНОМІКА СПОРТУ

спеціальність
освітньо-професійна програма
факультет (ННІ)

017 «Фізична культура і спорт»
«Фізична культура і спорт»
Гуманітарно-педагогічний

Розробник: завідувач кафедри фізичного виховання
Костенко Микола Петрович, к.п.н., доцент

1. Опис навчальної дисципліни

БК 2.11 «ЕКОНОМІКА СПОРТУ»

Галузь знань, напрям підготовки, спеціальність, освітньо-кваліфікаційний рівень	
Освітній ступінь	<i>бакалавр</i>
Галузь знань	<i>01 Освіта/Педагогіка</i>
Спеціальність	<i>017 «Фізична культура і спорт»</i>
Освітньо-професійна програма	<i>«Фізична культура і спорт»</i>
Характеристика навчальної дисципліни	
Вид	<i>Вибірковий освітній компонент</i>
Загальна кількість годин	<i>120</i>
Кількість кредитів ECTS	<i>4</i>
Кількість змістових модулів	<i>2</i>
Курсовий проект (робота) (за наявності)	<i>Не передбачено</i>
Форма контролю	<i>Екзамен</i>
Показники навчальної дисципліни для денної форми навчання	
	<i>денна форма навчання</i>
Рік підготовки (курс)	<i>Третій (3 курс)</i>
Семестр	<i>6</i>
Лекційні заняття	<i>14</i>
Практичні, семінарські заняття	<i>46</i>
Лабораторні заняття	<i>-</i>
Самостійна робота	<i>60</i>
Індивідуальні завдання	<i>-</i>
Кількість тижневих аудиторних годин для денної форми навчання:	
аудиторних	<i>4 год.</i>
самостійна робота студента	<i>4 год.</i>

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою дисципліни «Економіка спорту» є формування у студентів необхідних знань і умінь, необхідних для оволодіння основами економічних знань у сфері фізичної культури та спорту, соціального управління фізкультурно-спортивними організаціями в умовах ринкових відносин, удосконалення господарського механізму діяльності фізкультурних та спортивних організацій, прийняття економічно обґрунтованих управлінських рішень

Завдання дисципліни:

1. Розвиток мислення, що сприятиме свідомому розв'язанню проблем економічного характеру;
2. Формування знань про типові економічні явища, матеріально-технічну базу галузі, її фінансування та організацію діяльності;
3. Ознайомлення з нормативними фінансовими документами підприємства галузі «Фізична культура і спорт»;

4. Вивчення ринку галузі “Фізична культура і спорт”, об’єктів і суб’єктів ринкових відносин.

Основні результати навчання та набуття компетентності, які вони формують:

Інтегральна компетентність:

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.

Фахові (спеціальні) компетентності (СК):

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.

СК 14. Здатність до безперервного професійного розвитку.

Результати навчання (РН):

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.

**3. Програма та структура навчальної дисципліни
«Економіка спорту»
повного терміну денної форми навчання**

Назви Змістовних модулів і тем	Кількість годин (денна форма навчання)				
	усього	у тому числі			
		лек.	пр.	інд.	ср.
Змістовний модуль 1. Фізична культура і спорт як галузь громадського та економічного розвитку					
Тема 1.1. Економіка спорту як навчальна дисципліна.	11	2	4		5
Тема 1.2. Фінансове планування та бюджетування в спорті.	13	2	6		5
Тема 1.3. Матеріально-технічна база у галузі фізичної культури і спорту. Джерела фінансування у спорті.	18	2	6		10
Тема 1.4. Фінансування фізичної культури і спорту. Фінансовий аналіз спортивних організацій.	18	2	6		10
Разом за змістовним модулем 1	60	8	22		30
Змістовний модуль 2. Організація економічної діяльності у сфері фізичної культури і спорту					
Тема 2.1. Основи управління спортивним бізнесом	20	2	8		10
Тема 2.2 Ціноутворення на фізкультурно-спортивні послуги	20	2	8		10
Тема 2.3 Оплата праці у галузі фізичної культури і спорту	20	2	8		10
Разом за змістовним модулем 2	60	6	24		30
Всього годин	120	14	46		60

4. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	К-ть годин
Змістовний модуль 1		
1	Попит. Визначення впливу нецінових факторів на попит.	2
2	Пропозиція. Визначення впливу нецінових факторів на пропозицію.	2
3	Розрахунок заробітної плати працівників фізичної культури і спорту.	2
4	Визначення податку з доходів фізичних осіб.	2
5	Бюджет фізкультурно-спортивної організації: складання, розрахунок.	2
6	Кошторис поїздки на змагання: складання, розрахунок.	2
7	Кошторис на проведення фізкультурно-спортивного заходу: складання, розрахунок.	2
8	Бюджетне фінансування.	4
9	Позабюджетне фінансування.	2
10	Організація звіту та звітності.	2
Змістовний модуль 2		
11	Сутність, завдання, об'єкти та методи економічного аналізу.	2
12	Об'єкти ринкових відносин у сфері фізичної культури і спорту.	2
13	Основні фонди галузі.	2
14	Оборотні фонди.	4
15	Показники ефективної експлуатації спортивних споруд.	2
16	Бюджет організації та його складові.	2
17	Кошторис на проведення фізкультурно-спортивного заходу.	2
18	Ринок послуг фізичної культури і спорту, його особливості.	2

19	Учасники ринкових відносин у галузі.	4
20	Економічні показники ефективності.	2
	Всього годин	46

5. Теми самостійної роботи

№ з/п	Назва теми	К-ть годин
	Змістовний модуль 1	
1	Історія та джерела виникнення сучасних видів спорту.	2
2	Характеристика та ознаки сучасних видів спорту.	2
3	Сучасний стан розвитку сучасних видів спорту та тенденції їх розвитку в світі та в Україні.	2
4	Попит і пропозиція на ринку галузі.	2
5	Продукт у галузі фізичної культури і спорту.	4
6	Особливості праці.	4
7	Нормування праці.	4
	Змістовний модуль 2	
8	Матеріальне стимулювання праці працівників фізичної культури та спорту	4
9	Оподаткування доходів фізичних осіб.	4
10	Ставка податку на доходи з фізичних осіб.	4
11	Порядок сплати податку на доходи з фізичних осіб.	4
12	Загальна характеристика основних фондів, їх типи.	4
13	Класифікація основних фондів.	4
14	Знос основних фондів, його розрахунок.	4
15	Ремонт і відновлення основних фондів.	4
16	Амортизація. Методи нарахування	4
17	Ставка податку на доходи з фізичних осіб.	4
	Всього годин	60

6. Контрольні питання, зразки тестів для визначення рівня засвоєння знань студентами

6.1. Контрольні питання

1. Які основні економічні виклики стоять перед спортивними організаціями?
2. Які принципи фінансового планування використовуються в спортивних організаціях?
3. Як впливає спонсорство на розвиток спортивних заходів та організацій?
4. Які є джерела фінансування для спортивних організацій?
5. Як можна оцінити фінансовий стан та ефективність управління спортивною організацією?
6. Які ключові маркетингові стратегії використовуються у спортивній індустрії?
7. Які форми та типи спонсорських угод існують у спортивному спонсорстві?
8. Як можна використовувати соціальні мережі та медіа в спортивному маркетингу?
9. Які маркетингові стратегії можна використовувати для продажу квитків на спортивні події?
10. Як розвивати конкретні види спорту через маркетинг?

11. Як враховувати фінансові аспекти при плануванні та проведенні спортивних заходів?
12. Які аспекти враховується при формуванні бюджету на спортивний проект?
13. Які інноваційні підходи можна використовувати у спортивному маркетингу?
14. Як етика впливає на управління спортивною організацією?
15. Як можна взаємодіяти з різними зацікавленими сторонами в спортивній індустрії?
16. Які технології можна використовувати для аналізу даних у спортивному менеджменті?
17. Які фактори впливають на ефективність спонсорських угод у спортивному спонсорстві?
18. Як можна підвищити ефективність фінансового управління у спортивній організації?
19. Як виправдати економічну доцільність проведення великих спортивних заходів для міста чи регіону?
20. Які фактори враховуються при розробці стратегій спонсорських угод у спортивному спонсорстві?
21. Фізична культура і спорт як галузь народного господарства.
22. Роль економіки у розвитку фізичної культури і спорту.
23. Економічні проблеми у сфері фізичної культури і спорту.
24. Складові економіки спорту.
25. Етапи розвитку економіки фізичної культури і спорту.
26. Тенденції, характерні для розвитку у галузі фізичної культури і спорту в умовах формування ринкових відносин.
27. Соціальні норми і нормативи розвитку у галузі фізичної культури і спорту.
28. Предмет економіки спорту.
29. Продукт у галузі фізичної культури і спорту.
30. Ринок праці галузі спорт.
31. Формування попиту та пропозиції на ринку праці у сфері фізичної культури і спорту.
32. Проблема безробіття в галузі спорт.
32. Переваги та недоліки оплати праці спеціалістів фізичної культури і спорту, які зайняті в бюджетній та позабюджетній сферах.
33. Особливості праці працівників фізичної культури і спорту.
34. Нормування праці.
35. Оплата праці та її функції.
36. Реальна та номінальна зарплата.
37. Погодинна та відрядна оплата праці.
38. Оплата праці за тарифною сіткою. Преміювання.
39. Місце податку на дохід з фізичних осіб у системі оподаткування.
40. Особливості нарахування податку на доходи з фізичних осіб.
41. Ставка податку на доходи з фізичних осіб.
42. Порядок сплати податку на доходи з фізичних осіб.
43. Загальна характеристика основних фондів, їх типи.

44. Класифікація основних фондів.
45. Знос основних фондів, його розрахунок.
46. Ремонт і відновлення основних фондів.
47. Амортизація. Методи нарахування.
48. Оборотні фонди.
49. Табельне майно.
50. Показники ефективної експлуатації спортивних споруд.
51. Бюджетне фінансування.
52. Позабюджетне фінансування.
53. Бюджет організації.
54. Кошторис витрат.
55. Види кошторисів у спорті.
56. Організація звіту. Етапи здійснення.
57. Принципи бухгалтерського обліку.
58. Бухгалтерський баланс фізкультурно-спортивної організації.
59. Організація звітності та порядок її проведення.
60. Сутність економічного аналізу та його значення.
61. Етапи здійснення економічного аналізу.
62. Завдання економічного аналізу.
63. Об'єкти і методи економічного аналізу.
64. Поняття ринку. Види ринків.
65. Класифікація соціально-культурних послуг у галузі фізичної культури і спорту.
66. Особливості ринку фізичної культури і спорту.
67. Попит на ринку послуг фізичної культури і спорту. Його визначення.
68. Фактори, що впливають на попит.
69. Пропозиція на ринку послуг фізичної культури і спорту. Її визначення.
70. Фактори, що впливають на пропозицію.
71. Ринкові відносини у сфері фізичної культури і спорту.
72. Учасники ринкових відносин у сфері фізичної культури і спорту, їх функції.
73. Об'єкти ринкових відносин.
74. Поняття економічної ефективності сфери фізичної культури і спорту.
75. Критерії економічної ефективності сфери фізичної культури і спорту.
76. Економічні результати діяльності у сфері фізичної культури і спорту.
77. Шляхи підвищення економічної ефективності діяльності фізкультурно-спортивної організації.
78. Етапи розрахунку фізкультурної роботи, що здійснюється на підприємстві.
79. Економічні показники ефективності.

6.2. Зразок варіанту екзаменаційного білету

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ			
ОКР ___ бакалавр ___ спеціальність ___ _017_ «Фізична культура і спорт»	Кафедра _фізичного виховання_ 2023-2024 н. р.	ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № ___ 1 ___ з дисципліни <u>Економіка спорту</u>	Затверджую Зав. кафедри _____ Костенко М.П. 20 ___ р. _
<i>Екзаменаційні запитання</i>			
1. Предмет і завдання персонального тренінгу.			
2. Що таке адаптація, її види?			
<i>Тестові завдання</i>			
1. Що включає в себе область "економіка спорту"?			
А. Тільки вивчення правил та техніки різних видів спорту			
Б. Аналіз фінансових аспектів спортивних організацій, управління ресурсами та ефективність витрат			
В. Лише вивчення історії розвитку спорту			
Г. Тільки теоретичне вивчення рекламних стратегій у спорті			
2. Які аспекти вивчає економіка спорту у контексті фінансів спортивних організацій?			
А. Лише витрати на спортивне устаткування			
Б. Фінансування, бюджетування, маркетинг, управління доходами та ринкова стратегія			
В. Тільки розрахунок витрат на оплату спортсменів			
Г. Лише фінансові витрати на рекламні заходи			
3. Як впливає успіх спортивної команди на її економічне положення?			
А. Відсутність впливу на економічне становище команди			
Б. Збільшення фінансових можливостей через збільшення популярності та комерційного успіху			
В. Тільки зменшення фінансових ресурсів через великі витрати на зарплати спортсменів			
Г. Лише вплив на економіку міста, де розташована команда			
4. Які фактори впливають на формування бюджету спортивної організації?			
А. Лише фінансування від уряду			
Б. Спонсорські угоди, трансферні вартості, продаж білетів та мерчендайзинг			
В. Тільки продаж спортивного обладнання			
Г. Лише витрати на спортивні заходи			
5. Які переваги може мати спортивна організація від рекламних угод та спонсорських контрактів?			
А. Відсутність вигод від рекламних угод			
Б. Збільшення фінансових ресурсів, підвищення популярності та розширення бренду			
В. Лише залучення грошей від власників команди			
Г. Тільки покращення умов для тренувань			
6. Як можна оптимізувати доходи від трансферних вартостей в спорті?			
А. Лише збільшення вартості трансферів гравців			
Б. Працевлаштування лише власних випускників в команду			

- В. Залучення талановитих гравців, їх ефективна розвиток та подальший трансфер на вигідних умовах
- Г. Тільки продаж трансферів на території країни

7. Як впливає організація спортивних заходів на економіку міста або регіону?

- А. Відсутність впливу на економіку
- Б. Збільшення туристичного потоку, підвищення популярності та додатковий дохід для місцевих підприємств
- В. Лише зменшення фінансових можливостей місцевої влади
- Г. Тільки спад рівня економічної активності

8. Як можна забезпечити фінансову стабільність спортивної організації?

- А. Лише залучення державного фінансування
- Б. Диверсифікація доходів, правильне витрачання коштів, ефективне управління ресурсами та розвиток комерційних напрямків
- В. Тільки продаж білетів на матчі
- Г. Лише рекламні угоди

9. Які можливості відкриває спортивному менеджеру знання економіки спорту?

- А. Лише проведення тренувань команди
- Б. Аналіз фінансових ризиків, оптимізація витрат та розвиток комерційних стратегій
- В. Тільки участь у розробці тренувальних програм
- Г. Лише управління спортивними подіями

10. Як економіка спорту взаємодіє з іншими сферами життя суспільства?

- А. Взаємодія тільки з фізичним здоров'ям населення
- Б. Вплив на соціальні та економічні процеси, розвиток туризму, підвищення рівня життя та формування спортивної культури
- В. Тільки взаємодія з освітою
- Г. Лише вплив на технологічний прогрес в суспільстві

6.3. Зразок тестових питань з дисципліни «Економіка спорту»

1. **Які економічні аспекти важливі для спортивних організацій?**
 - А. Тільки фінансовий стан клубу.
 - Б. Бюджетування та спонсорські угоди.
 - В. Результати спортивних змагань.
 - Г. Участь у благодійних заходах.
2. **Як визначити ефективність управління спортивною організацією?**
 - А. Загальний дохід від трансляцій.
 - Б. Результати спортивних змагань.
 - В. Аналіз фінансових показників та ефективність управлінських рішень.
 - Г. Кількість перемог у чемпіонатах.
3. **Що включає фінансове планування в спортивних організаціях?**
 - А. Тільки бюджетування подій.
 - Б. Визначення джерел фінансування.
 - В. Реклама спортивних заходів.
 - Г. Розробка нових видів спорту.
4. **Які форми спонсорства використовуються у спортивному спонсорстві?**
 - А. Тільки фінансова підтримка.
 - Б. Постачання обладнання.
 - В. Організація рекламних кампаній.
 - Г. Участь у спортивних тренінгах.
5. **Які фактори враховуються при бюджетуванні та фінансовому плануванні в спортивній індустрії?**

- А. Результати змагань.
 - Б. Рекламні можливості.
 - В. Спонсорські угоди.
 - Г. Сезонність спортивних подій.
6. **Як визначити ефективність спонсорської угоди в спортивному спонсорстві?**
- А. Обсяг реклами.
 - Б. Прибутковість заходів.
 - В. Задоволення глядачів.
 - Г. Вартість квитків на матчі.
7. **Як можна використовувати соціальні мережі в спортивному маркетингу?**
- А. Для рекламних кампаній.
 - Б. Для взаємодії з фанатами.
 - В. Тільки для ведення статистики.
 - Г. Для онлайн трансляцій матчів.
8. **Як визначається фінансовий стан спортивної організації?**
- А. Результати змагань.
 - Б. Аналіз фінансових звітів.
 - В. Кількість виграних трофеїв.
 - Г. Рейтинг гравців.
9. **Які можливості має спортивна організація для забезпечення фінансування?**
- А. Спонсорські угоди.
 - Б. Державні субсидії.
 - В. Тільки продаж квитків.
 - Г. Власний кафе-бар на стадіоні.
10. **Як можна визначити рентабельність спортивного заходу?**
- А. Кількість учасників.
 - Б. Витрати та доходів від події.
 - В. Загальна тривалість заходу.
 - Г. Рейтинг команд учасників.
11. **Які переваги має використання спонсорських угод в спортивному спонсорстві?**
- А. Збільшення доходів.
 - Б. Підтримка глядачів.
 - В. Результати змагань.
 - Г. Участь у благодійних акціях.
12. **Як використовуються фінансові показники в управлінні спортивною організацією?**
- А. Тільки для звітності.
 - Б. Для аналізу ефективності та прийняття рішень.
 - В. Для порівняння з іншими клубами.
 - Г. Для визначення кількості матчів на сезон.
13. **Як впливає ефективне управління на фінансовий стан спортивної організації?**
- А. Покращення результатів змагань.
 - Б. Збільшення доходів та оптимізація витрат.
 - В. Приріст кількості вболівальників.
 - Г. Розширення стадіонів та спортивних об'єктів.
14. **Що включає в себе бюджетування подій у спортивних організаціях?**
- А. Вартість квитків.
 - Б. Витрати на організацію заходу.
 - В. Тільки гонорари спортсменів.
 - Г. Розподіл коштів на розвиток інфраструктури.
15. **Як можна визначити рентабельність нового виду спорту, який спробувала впровадити спортивна організація?**
- А. Участь команд у змаганнях.
 - Б. Вартість обладнання для нового виду спорту.
 - В. Вартість квитків на матчі нового виду спорту.
 - Г. Відсоток збільшення глядачів під час нових спортивних подій.
16. **Які можливості для приваблення нових спонсорів може використовувати спортивна організація?**
- А. Сприяння розвитку спорту серед молоді.
 - Б. Забезпечення ефективної реклами спонсорів.
 - В. Розробка нових видів спорту.
 - Г. Впровадження системи кешбеку для учасників.
17. **Які фактори враховуються при визначенні ціни на квитки на спортивні події?**
- А. Тільки вартість виробництва квитків.
 - Б. Популярність команд, що грають.
 - В. Дохід глядачів.
 - Г. Вартість страхування для глядачів.

18. **Як впливає успішність команди на фінансовий стан спортивної організації?**
- А. Збільшення кількості вболівальників.
 - Б. Підвищення вартості реклами на матчах.
 - В. Збільшення призових грошей від спонсорів.
 - Г. Тільки виграш у спортивних змаганнях.
19. **Які можливості для залучення додаткових доходів мають спортивні клуби поза проведенням матчів?**
- А. Відкриття власного торгового майданчика на стадіоні.
 - Б. Організація додаткових тренувань для фанатів.
 - В. Участь у благодійних програмах.
 - Г. Створення власної лінії спортивного одягу.
20. **Які фактори впливають на вартість трансляцій спортивних заходів?**
- А. Популярність команд, що грають.
 - Б. Досягнення гравців у позаматчевих справах.
 - В. Рейтинг коментаторів та експертів.
 - Г. Технічна якість трансляції.
21. **Які можливості має спортивна організація для збільшення продажу клубних товарів та атрибутики?**
- А. Знижки для сезонних абонементів.
 - Б. Організація фестивалів клубу.
 - В. Реклама на стадіоні.
 - Г. Співпраця з іншими спортивними клубами.
22. **Як використовуються спеціальні події та акції для привертання уваги спонсорів?**
- А. Організація благодійних гольф-турнірів.
 - Б. Зниження цін на квитки під час спеціальних подій.
 - В. Створення тематичних рекламних кампаній.
 - Г. Виготовлення ексклюзивної атрибутики для спонсорів.
23. **Як впливає залучення знаменитостей до рекламних кампаній на фінансовий стан спортивної організації?**
- А. Збільшення кількості вболівальників.
 - Б. Зниження вартості рекламних контрактів.
 - В. Збільшення популярності бренду.
 - Г. Тільки підвищення зарплати знаменитостям.
24. **Як можна покращити ефективність рекламних кампаній у спортивній індустрії?**
- А. Використання хештегів у соціальних мережах.
 - Б. Запуск відкритого голосування для вболівальників.
 - В. Розміщення великих рекламних білбордів.
 - Г. Проведення розіграшів сертифікатів на купівлю клубної продукції.
25. **Як можна уникнути фінансових ризиків в спортивній індустрії?**
- А. Вивчення фінансового стану конкурентів.
 - Б. Укладання страхових полісів на спортивні події.
 - В. Регулярне оновлення цін на квитки.
 - Г. Заборона проведення великих спортивних заходів.
26. **Як можна використовувати аналітичні інструменти для покращення ефективності управління в спортивній організації?**
- А. Відстеження продажів квитків онлайн.
 - Б. Аналіз відгуків вболівальників у соціальних мережах.
 - В. Моніторинг рейтингу команд у спортивних лігах.
 - Г. Застосування алгоритмів для прогнозування результатів матчів.
27. **Які можливості відкриває спортивній організації розробка власної мобільної додатку?**
- А. Продаж більшої кількості квитків онлайн.
 - Б. Забезпечення глядачів ексклюзивною інформацією.
 - В. Підвищення вартості спонсорських угод.
 - Г. Реклама продукції клубу через мобільні пристрої.
28. **Як можна заохочувати вболівальників до участі в програмах лояльності спортивної організації?**
- А. Виготовлення індивідуальних клубних карток.
 - Б. Зниження цін на квитки для постійних вболівальників.
 - В. Організація щорічних святкових подій для учасників програми лояльності.
 - Г. Тільки розіграші сертифікатів на купівлю клубної продукції.
29. **Як спортивна організація може використовувати технології в управлінні та маркетингу?**
- А. Віртуальні тури по стадіону.
 - Б. Створення власного інтернет-телебачення для трансляції матчів.
 - В. Використання додатків для покупки квитків та отримання ексклюзивних пропозицій.
 - Г. Тільки обладнання для зйомки тренувань та матчів.
30. **Які переваги може мати спортивна організація від участі у соціальних мережах?**
- А. Залучення нових спонсорів.
 - Б. Взаємодія з вболівальниками та збільшення їхньої активності.

- В. Забезпечення безпеки на стадіоні.
 - Г. Створення власного інтернет-телебачення для трансляції матчів.
31. **Які можливості реклами в соціальних мережах відкриваються для спортивної організації?**
- А. Таргетована реклама для конкретної аудиторії.
 - Б. Співпраця з місцевими торговими точками.
 - В. Зниження цін на клубні товари.
 - Г. Створення власного спортивного блогу.
32. **Як впливає географічне розташування спортивного об'єкта на фінансовий успіх клубу?**
- А. Збільшення кількості трансляцій матчів.
 - Б. Зниження вартості тренувань.
 - В. Привертання місцевих спонсорів та вболівальників.
 - Г. Збільшення витрат на транспортну інфраструктуру.
33. **Як можна залучити увагу молоді до спортивних заходів?**
- А. Організація концертів перед матчами.
 - Б. Створення активних спортивних шкіл для дітей.
 - В. Зниження цін на квитки для студентів.
 - Г. Ліцензійні угоди з популярними гравцями серед молоді.
34. **Які переваги може мати спортивна організація від ведення благодійних заходів?**
- А. Збільшення продажів клубних товарів.
 - Б. Покращення іміджу клубу.
 - В. Залучення нових гравців.
 - Г. Тільки отримання фінансової підтримки від влади.
35. **Як можна збільшити інтерес глядачів до спортивних змагань?**
- А. Впровадження інтерактивних елементів під час трансляцій.
 - Б. Збільшення цін на квитки для важливих матчів.
 - В. Заборона ставок на спортивні події.
 - Г. Ліміт доступу глядачів на стадіон.
36. **Як використовуються спеціальні заходи для привертання уваги до жіночих видів спорту?**
- А. Організація благодійних турнірів.
 - Б. Збільшення винагород за перемоги в жіночих лігах.
 - В. Спеціальні акції та знижки для жінок на матчах.
 - Г. Запровадження обов'язкового жіночого складу в спортивних командах.
37. **Як спортивна організація може використовувати геїміфікацію для залучення вболівальників?**
- А. Організація тематичних ігор на стадіоні.
 - Б. Використання реальних нагород для активних учасників.
 - В. Створення власного клубного мобільного додатку.
 - Г. Запуск спеціальних акцій для онлайн-гравців.
38. **Як можна привертати увагу медіа до спортивних подій?**
- А. Запрошення відомих журналістів на кожний матч.
 - Б. Регулярна публікація цікавих історій про гравців та тренерів.
 - В. Введення обов'язкових інтерв'ю для всіх гравців після кожного матчу.
 - Г. Тільки закриті брифінги для журналістів.
39. **Як можна використовувати аналіз даних для прогнозування популярності різних видів спорту серед вболівальників?**
- А. Моніторинг кількості переглядів трансляцій.
 - Б. Аналіз соціальних мереж для визначення популярних гравців.
 - В. Опитування вболівальників про їхні уподобання.
 - Г. Вивчення історії розвитку спорту.
40. **Як можна заохочувати співпрацю між спортивними організаціями для спільних заходів?**
- А. Взаємне вигравні угоди щодо спонсорів.
 - Б. Обмін гравцями між командами.
 - В. Створення спільних турнірів та чемпіонатів.
 - Г. Визначення тільки одного офіційного партнера для обох організацій.
41. **Як спортивна організація може використовувати відкриття нових спортивних об'єктів для залучення уваги глядачів?**
- А. Організація тематичних фестивалів під час відкриття.
 - Б. Запуск рекламних кампаній на радіо та телебаченні.
 - В. Виготовлення спеціальних квитків для відвідувачів нових об'єктів.
 - Г. Розширення рекламних партнерств з місцевими підприємствами.
42. **Як може впливати участь спортивної організації в міжнародних змаганнях на її фінансовий стан?**
- А. Збільшення призових грошей від міжнародних змагань.
 - Б. Зниження популярності команди на внутрішньому ринку.
 - В. Збільшення витрат на подорожі та проживання гравців.
 - Г. Розширення можливостей для привертання міжнародних спонсорів.
43. **Які можливості відкриває для спортивної організації розробка власної лінії спортивного одягу?**

- А. Збільшення продажів клубних товарів.
 - Б. Співпраця зі світовими дизайнерами.
 - В. Запуск лімітованих колекцій.
 - Г. Тільки партнерство з іншими спортивними брендами.
44. **Як можна сприяти розвитку спортивного туризму через спортивні заходи?**
- А. Організація екскурсій для вболівальників на об'єкти команди.
 - Б. Запуск тематичних турів під час важливих матчів.
 - В. Впровадження програм лояльності для туристів.
 - Г. Співпраця з місцевими готелями та ресторанами для забезпечення знижок вболівальникам.
45. **Як спортивна організація може використовувати дизайн та архітектуру стадіонів для привертання уваги?**
- А. Створення унікального дизайну фасадів стадіону.
 - Б. Розташування сучасних відеоекранів для покращення перегляду матчів.
 - В. Впровадження зон для екстремальних видів спорту на стадіоні.
 - Г. Запуск архітектурних конкурсів для студентів.
46. **Як вивчення аналітики гравців може допомогти тренерам у підготовці до матчів?**
- А. Аналіз статистики гравців за попередні сезони.
 - Б. Спостереження за фізичними характеристиками гравців під час тренувань.
 - В. Використання сучасних технологій для моніторингу фізичного стану гравців.
 - Г. Тільки вивчення історії травм гравців.
47. **Які можливості відкриває для спортивної організації співпраця з гравцями у соціальних мережах?**
- А. Спільна організація благодійних акцій.
 - Б. Регулярна публікація особистого життя гравців.
 - В. Створення ексклюзивного контенту для вболівальників.
 - Г. Тільки рекламні угоди на основі кількості фоловерів.
48. **Як можна регулювати ціни на квитки для збільшення відвідуваності спортивних подій?**
- А. Впровадження гнучкої системи ціноутворення залежно від місця та категорії глядачів.
 - Б. Постійне підвищення цін для забезпечення елітарності подій.
 - В. Зниження цін для постійних вболівальників.
 - Г. Визначення фіксованих цін на квитки на весь сезон.
49. **Які можливості відкриває використання віртуальної реальності для вболівальників на стадіонах?**
- А. Відтворення 3D-моделей гравців на полі.
 - Б. Забезпечення можливості вибору ракурсу перегляду гри.
 - В. Запуск віртуальних фотосесій для вболівальників.
 - Г. Тільки використання віртуальної реальності для тренувань гравців.
50. **Як спортивна організація може використовувати ігрові технології для залучення уваги вболівальників?**
- А. Створення власної спортивної онлайн-гри.
 - Б. Організація тематичних ігрових заходів на стадіонах.
 - В. Розробка віртуальних тренувань для вболівальників.
 - Г. Тільки вивчення аналітики гри для тренування гравців.
51. **Які можливості відкриває для спортивної організації співпраця зі спонсорами?**
- А. Організація спеціальних подій для спонсорів.
 - Б. Розміщення логотипів спонсорів на формі команди.
 - В. Використання соціальних мереж для реклами спонсорів.
 - Г. Тільки одноразові спеціальні пропозиції для вболівальників від спонсорів.
52. **Як можна підвищити інтерактивність вболівальників під час трансляцій спортивних заходів?**
- А. Організація онлайн-голосувань за найкращого гравця матчу.
 - Б. Використання аплікацій для мобільних пристроїв для спілкування вболівальників.
 - В. Введення ексклюзивних інтерв'ю з тренерами та гравцями під час гри.
 - Г. Тільки вивчення аналітики гри для коментарів експертів.
53. **Як спортивна організація може використовувати аудіальні та візуальні ефекти під час виступу команди?**
- А. Використання піротехніки та світлових шоу під час входу команди на поле.
 - Б. Запуск ексклюзивних пісень для команди, які використовуються тільки під час матчів.
 - В. Створення спеціальних ефектів на великих екранах стадіону під час голів та важливих моментів.
 - Г. Тільки впровадження аудіоінструкцій для гравців під час гри.
54. **Як можна підвищити привабливість клубних товарів для вболівальників?**
- А. Запуск обмежених серій аутентичних футболок команди.
 - Б. Організація зустрічей вболівальників з гравцями для автограф-сесій.
 - В. Використання унікальних дизайнів та принтів на клубних товарах.
 - Г. Тільки зниження цін на клубні товари для сезонних абонементів.
55. **Як можна покращити безпеку на стадіоні для вболівальників та гравців?**
- А. Встановлення системи відеоспостереження на всьому стадіоні.
 - Б. Запуск програми з навчання персоналу та вболівальників щодо екстрених ситуацій.

- В. Використання сучасних технологій для швидкого реагування на інциденти.
 - Г. Тільки підвищення цін на квитки для зменшення кількості вболівальників на стадіоні.
56. **Як спортивна організація може використовувати дані про вболівальників для підвищення їхнього задоволення від подій?**
- А. Створення персоналізованих програм лояльності для вболівальників.
 - Б. Використання аналізу даних для прогнозування популярних подій серед вболівальників.
 - В. Впровадження інтерактивних елементів для взаємодії з вболівальниками під час трансляцій.
 - Г. Тільки розсилка рекламних повідомлень про клубні товари.
57. **Які переваги може мати спортивна організація від створення власного спортивного телеканалу чи стрімінгової платформи?**
- А. Збільшення доходів від реклами та спонсорських угод.
 - Б. Зменшення витрат на телевізійні права для трансляцій матчів.
 - В. Створення ексклюзивного контенту для вболівальників.
 - Г. Тільки заборона трансляцій на інших платформах.
58. **Як можна покращити взаємодію спортивної організації з молодшими вболівальниками?**
- А. Організація безкоштовних тренувань для дітей на стадіоні.
 - Б. Запуск програми з безкоштовного доступу для дітей до матчів.
 - В. Створення ігрових зон та розваг для молодших вболівальників на стадіоні.
 - Г. Тільки використання анімаційних персонажів у рекламних кампаніях.
59. **Як можна використовувати соціальні мережі для підвищення популярності спортивної організації?**
- А. Регулярна публікація оновлень та новин.
 - Б. Організація розіграшів та конкурсів серед підписників.
 - В. Співпраця з впливовими особистостями для реклами.
 - Г. Тільки розміщення реклами на соціальних мережах.
60. **Як спортивна організація може використовувати технології розширеної реальності (AR) для покращення враження вболівальників на стадіоні?**
- А. Запуск AR-ігор для вболівальників під час перерви у матчі.
 - Б. Створення віртуальних відзначень та селфі-зон для вболівальників.
 - В. Використання AR для трансляції статистики та інших важливих даних під час гри.
 - Г. Тільки використання AR для покращення рекламних банерів на стадіоні.

7. Методи навчання

Під час викладання дисципліни «Економіка спорту» застосовуються такі методи навчання, як:

1. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності:

а) За джерелом інформації:

- Словесні: лекція (традиційна, проблемна, лекція-прес-конференція) із застосуванням комп'ютерних інформаційних технологій (PowerPoint – Презентація), семінари, пояснення, розповідь, бесіда.

- Наочні: спостереження, ілюстрація, демонстрація.

б) За логікою передачі і сприйняття навчальної інформації: індуктивні, дедуктивні, аналітичні, синтетичні.

в) За ступенем самостійності мислення: репродуктивні, пошукові.

г) За ступенем керування навчальною діяльністю: під керівництвом викладача; самостійна робота студентів: з книгою.

2. Методи стимулювання інтересу до навчання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності: навчальні дискусії; створення ситуації пізнавальної новизни; створення ситуацій зацікавленості (метод цікавих аналогій тощо).

8. Форми контролю

Відповідно до «Положення про організацію освітнього процесу у Національному університеті біоресурсів і природокористування України», затвердженого вченою радою НУБіП України 26 квітня 2023 року, протокол № 10

видами контролю знань здобувачів вищої освіти є поточний контроль, проміжна та підсумкова атестації.

Поточний контроль з дисципліни здійснюється під час проведення практичних занять, і має на меті перевірку рівня підготовленості здобувачів вищої освіти до виконання конкретної роботи.

Проміжна атестація проводиться після вивчення програмного матеріалу і має визначити рівень знань здобувачів вищої освіти з програмного матеріалу, отриманих під час усіх видів занять і самостійної роботи.

Семестрова атестація (підсумкова) проводиться у формі семестрового екзамену.

Здобувачі вищої освіти зобов'язані складати екзамен відповідно до вимог робочого навчального плану у терміни, передбачені графіком освітнього процесу. Зміст екзамену визначається робочою навчальною програмою дисципліни.

9. Розподіл балів, які отримують студенти

Оцінювання знань студента відбувається за 100-бальною шкалою і переводиться в національні оцінки згідно з табл. 1 «Положення про екзамени та заліки у НУБіП України» (від 26.04.2023 р. протокол № 10)

Таблиця 1

Оцінювання знань здобувача вищої освіти

Рейтинг здобувача вищої освіти, бали	Оцінка національна за результатами складання	
	екзаменів	заліків
90-100	відмінно	зараховано
74-89	добре	
60-73	задовільно	
0-59	незадовільно	не зараховано

Засвоєння здобувачем вищої освіти програмного матеріалу змістового модуля вважається успішним, якщо рейтингова оцінка його становить не менше, ніж 60 балів за 100-бальною шкалою.

Для визначення рейтингу здобувача з виконання програми навчальної дисципліни **R_{пр.}** (до 100 балів), одержаний рейтинг з екзамену (підсумкової атестації, **R_{ат.}**) (до 30 балів) додається до рейтингу студента з навчальної роботи **R_{н.р.}** (до 70 балів): $R_{пр.} = R_{н.р.} + R_{ат.}$

Підсумкова оцінка студенту виставляється з урахуванням виконання основних видів діяльності за модулями та складання екзамену (табл. 2):

Таблиця 2

Розподіл балів, які формують підсумкову оцінку студента з дисципліни

Види діяльності	К-ть балів
Змістовний модуль 1.	100
Відповіді студентів на практичному занятті за Темою 1	5
Відповіді студентів на практичному занятті за Темою 2	5
Відповіді студентів на практичному занятті за Темою 3	5

Відповіді студентів на практичному занятті за Темою 4	5
Відповіді студентів на практичному занятті за Темою 5	5
Відповіді студентів на практичному занятті за Темою 6	5
Відповіді студентів на практичному занятті за Темою 7	5
Відповіді студентів на практичному занятті за Темою 8	5
Відповіді студентів на практичному занятті за Темою 9	5
Відповіді студентів на практичному занятті за Темою 10	5
Наявність конспектів за темами самостійної роботи	20
Модульна контрольна робота. Виконання 30 тестових завдань за тематикою змістовного модуля	30
Змістовий модуль 2.	100
Відповіді студентів на практичному занятті за Темою 11	5
Відповіді студентів на практичному занятті за Темою 12	5
Відповіді студентів на практичному занятті за Темою 13	5
Відповіді студентів на практичному занятті за Темою 14	5
Відповіді студентів на практичному занятті за Темою 15	5
Відповіді студентів на практичному занятті за Темою 16	5
Відповіді студентів на практичному занятті за Темою 17	5
Відповіді студентів на практичному занятті за Темою 18	5
Відповіді студентів на практичному занятті за Темою 19	5
Відповіді студентів на практичному занятті за Темою 20	5
Наявність конспектів за темами самостійної роботи	20
Модульна контрольна робота. Виконання 30 тестових завдань за тематикою змістовного модуля	30
Всього за види діяльності (Рейтинг навчальної роботи - Рн.р.)	70
Екзамен (Рейтинг підсумкової атестації – Rat.)	30
Рейтингова оцінка навчальної дисципліни – Рн.д.	100

Політика оцінювання

Політика щодо дедлайнів та перекладання:	Презентації, тестові завдання, доповіді, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перекладання 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)

10. Критерії оцінювання навчальних досягнень студентів з навчальної дисципліни «Економіка спорту»

10.1. Критерії оцінювання відповіді студентів на практичних заняттях (оцінюється до 5 балів)

Оцінка, в балах	Критерії оцінювання
-----------------	---------------------

5	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.
4	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.
3	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.
2	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	Частково володіє навчальним матеріалом не в змозі викласти зміст більшості питань теми під час усних виступів, допускаючи при цьому суттєві помилки.

10.2. 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.

10.3. Критерії оцінювання виконання тестових завдань модульних контрольних робіт (оцінюється до 30)

Виконання студентами тестових завдань за тематикою змістовного модуля оцінюється в 1 бал за кожний правильний варіант відповіді.

10.4. 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).

11. Методичне забезпечення

Методичним забезпеченням навчальної дисципліни «Економіка спорту» є:

- Навчальний план підготовки майбутнього фахівця першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 017 Фізична культура і спорт.

- «Положення про екзамени та заліки у Національному університеті біоресурсів і природокористування України» (затверджено Вченою радою НУБіП України від 26.04.2023 р. протокол № 10);

- ця робоча програма;
- завдання для самостійної роботи студентів;
- контрольні питання для поточного і підсумкового контролю;
- слайди, відео фрагменти навчального матеріалу;
- електронні презентації навчального матеріалу.

12. Рекомендовані джерела інформації

Основні:

1. Брикульський О. Хочеш жити – заробляй, або прибутковий спорт. Вісник спортивного комітету України Sportcom. 2015; 11: 68, 69.
2. Бутко М.П. та ін. Стратегічний менеджмент Навч. посіб./ М.П. Бутко та ін..-Чернігів.:ЧНТУ.,2019. 371с.
3. Гетьман О.О., Шаповал В.М. Економіка підприємства. К., 2016.
4. Грибан Г. П. Управління у сфері фізичної культури і спорту. Методичні рекомендації для самостійної роботи здобувачів другого (магістерського) рівня зі спеціальності 014.11 Середня освіта (Фізична культура). Житомир: Вид-во «Рута». 2022. 124 с.
5. Данилюк І. Як фінансується спорт у 10 містах Європи. URL: <https://usport.info/2022/09/ten-cities/>
6. Дорожня карта реформ у сфері фізичної культури та спорту. Міністерство молоді та спорту України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dsmsu.gov.ua/index/ua/material/16627>.
7. Журба МА. Зарубіжний досвід державного регулювання сфери фізичної культури і спорту. Актуальні проблеми держави і права : зб. наук. пр. 2017; 79: 51–57. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.onua.edu.ua/handle/11300/9169>
8. Закон України про фізичну культуру і спорт. від 24.12.1993 № 3808-XII Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3808-12#Text>
9. Закон України про фізичну культуру і спорт. від 24.12.1993 № 3808-XII Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3808-12#Text>
10. Ковальчук Г.П. Менеджмент в галузі фізичної культури і спорту: навч. посіб. / Г.П.Ковальчук, - Кам'янець-Подільський: Рута,2014.-227с.
11. Кононович ВГ. Нормативно-правові засади державного управління у сфері фізичної культури і спорту на прикладі європейських країн. Державне будівництво. 2013; 1. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu_2013_1_32
12. Кононович ВГ. Нормативно-правові засади державного управління у сфері фізичної культури і спорту на прикладі європейських країн. Державне будівництво. 2013; 1. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu_2013_1_32
13. Криштанович С. Менеджмент і маркетинг у фізичній культурі і спорті. Навч. посіб./ С. Криштанович, В. Холявка.-Львів.: ЛДУФК,2018. С.
14. Криштанович С. Спортивний менеджмент : навч. посіб. Львів : ЛДУФК ім. Івана Боберського, 2020. 208 с.
15. Кузьмін О.Є. Менеджмент: графічна і таблична візуалізація навч. посіб. / О.Є. Кузьмін та ін..-Львів, видав. Львівської політехніки, 2014. 156с.
16. Луцак В. Значення спортивної галузі у зростанні добробуту країни. Персонал. МАУП. 2009 № 1. С. 42 – 47
17. Мальська М.П., Білоус С.В. Менеджмент організацій: теорія і практика. Навчальний посібник. SBA-Print. 2021. 190 с.
18. Мединський С. В. Перспективи забезпечення та розвитку фізичної культури і спорту серед дорослого населення України. Педагогіка, психологія та медико-біологічні проблеми фізичного виховання і спорту: наук. моногр. / за ред. проф. Єрмакова С. С. Харків. ХДАДМ. 2006. № 4. С. 116 – 118.
19. Мичуда Ю.П. Жуляев В.Н. Особенности финансирования массового спорта в Европе в начале XXI века. Физическое воспитание студентов. 2013. Т1.
20. Нікітенко С. В. Специфіка здійснення заходів із фінансування фізичної культури і спорту в Україні в умовах кризи. Теорія та практика державного управління 2(53)/2016 с. 96-100 file:///C:/Users/user/Downloads/Tpdu_2016_2_18.pdf
21. Про Загальнодержавну програму адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу: Закон України від 18 бер. 2004 р. № 1629-IV (Редакція від 04.11.2018, підстава – 2581–VIII) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1629-15>.

22. Рудавка С.І. Соціально-економічні проблеми алкоголізму в Україні та їх вплив на здоров'я людини. Вісник Вінницького національного медичного університету” 2017, №2 (Т.21) С. 529 – 534

23. Стасюк, Р. М.; Васильєв, В. В.; Песоцький, С. М. Економічні передумови формування ринкових відносин у сфері фізичної культури і спорту. Науковий часопис «Науково педагогічні проблеми фізичної культури». 2019. Випуск 3(111). С. 183 – 187.

24. Стрикаленко Є.А. Порівняння ефективності економічної діяльності в провідних американських спортивних лігах Педагогіка, психологія та медико-біологічні проблеми фізичного виховання і спорту. – 2013. – № 3 – С. 69-72 doi:10.6084/m9.figshare.644983

25. Турянця О.О. Американська модель професійного спорту: особливості конституційно-правового регулювання. Науковий вісник Ужгородського національного університету, 2019 С. 85-88.

26. Федоренко В.Г. Менеджмент. Підручник. К.: Вид. Алерта. 2015. - 492с.

27. Шкільняк М,М, та ін.. Менеджмент . Навч. посіб. / М.М. Шкільняк та ін./ Тернопіль: Крок, 2017. - 252с.

28. Яблонська Л, Кропивницька Т. Зарубіжний досвід функціонування європейської моделі спорту (на прикладі Угорщини). Теорія і методика фізичного виховання і спорту. 2019; 3: 50-56 DOI:10.32652/tmfvs.2019.3.50-56

Додаткові:

29. Kryshchanovych S. Concept of Future Sports Managers' Professional Competences Formation / M. Kryshchanovych, S. Kryshchanovych, M. Navrylyuk // Ukrainian Journal of Educational Research. - 2017. - Vol. 2, N 1(2). - P. 57-61

30. Жданова О. Основи управління сферою фізичної культури і спорту : навч. посіб./ Ольга Жданова, Любов Чеховська. - Львів : ЛДУФК, 2017 – 224 с.

31. Имас Е. В. Маркетинг в спорте I Е. В. Имас, Ю. П. Мичуда, Е. В. Ярмолюк. - Киев : Олимпийская литература, 2016. - 288 с.

32. Имас Е. В. Маркетинг в спорте: теория и практика : [монография] / Е. В. Имас, Ю. П. Мичуда, Е. В. Ярмолюк. - Киев : Олимпийская литература, 2015. - 228 с.

33. Имас Є. Тенденції розвитку у сфері фізичної культури та спорту в умовах сучасного ринку I Євген Имас, Юрій Мичуда // Теорія і методика фізичного виховання і спорту. - 2015. - № 2. - С. 142-149.

34. Криштанович С. Етапи підготовки системи формування професійної компетентності спортивних менеджерів / С. Криштанович // Розвиток сучасної освіти і науки: результати, проблеми, перспективи : зб. наук. пр. - Конін ; Ужгород ; Дрогобич, 2018.-С. 200-202.

35. Криштанович С. Система формування ключових компетентностей майбутніх менеджерів фізичної культури і спорту / С. Криштанович // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Педагогіка. Соціальна робота : [зб. наук. пр.]. -- Ужгород, 2018. - Вип. 1(42), ч. 1.-С. 122-126.

Інформаційні ресурси:

36. <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3808-12>

37. <https://zakon.rada.gov.ua/iaws/show/42/2016>

38. www.nbu.gov.ua

39. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>

40. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/755-15>

41. White Paper on Sport [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.aop.pt/upload/tb_conte nt/320160419151552/35716314642829/whitepaperfullen.pdf

42. The European Model of Sport [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.bso.or.at/fileadmin/ Inhalte/Dokumente/Internationales/ EU_European_Model_Sport.pdf