

**Міністерство освіти і науки України
Державний вищий навчальний заклад
«Донбаський державний педагогічний університет»
Кафедра методики викладання спортивно-педагогічних дисциплін**

**Методичні вказівки
до вивчення навчальної дисципліни**

**«ФІЗИЧНА КУЛЬТУРА І СПОРТ В УМОВАХ РИНКУ (МЕНЕДЖМЕНТ І
МАРКЕТИНГ)»**

**для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти
за освітньо-професійною програмою
Середня освіта (Фізична культура)**

Слов'янськ, Дніпро – 2024

Рецензенти:

Холодний О.І. - кандидат педагогічних наук, доцент кафедри теоретичних, методичних основ фізичного виховання і реабілітації ДВНЗ «Донбаський державний педагогічний університет»;

Григоренко Г.В. - кандидат педагогічних наук, доцент кафедри методики викладання спортивно-педагогічних дисциплін ДВНЗ «Донбаський державний педагогічний університет».

Методичні вказівки до вивчення дисципліни «Фізична культура і спорт в умовах ринку (менеджмент і маркетинг) для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти за освітньо-професійною програмою Середня освіта (Фізична культура) / ДВНЗ «Донбаський державний педагогічний університет» ; уклад. С. М. Віцько. – Слов'янськ:, 2024. – 102 с.

Методичні вказівки укладено відповідно до освітньо-професійної програми Середня освіта (Фізична культура) та навчального плану підготовки здобувачів вищої освіти за другим (магістерським) рівнем, спеціальності 014 Середня освіта (за предметними спеціальностями). У виданні відображено зміст силабусу, робочої навчальної програми «Фізична культура і спорт в умовах ринку (менеджмент і маркетинг)», подано навчально-методичні матеріали передбачені для засвоєння теоретичного матеріалу, інструктивно-методичні матеріали до практичних занять, дидактичне забезпечення самостійної роботи, критерії та методи оцінювання програмних результатів відповідно до сучасних тенденцій освітнього процесу в закладі загальної середньої освіти.

Друкується за рішенням Вченої ради
Державного вищого навчального
закладу
«Донбаський державний педагогічний
університет» (протокол № від р.)

© ДДПУ, 2024

ЗМІСТ

Пояснювальна записка.....	4
Силабус навчальної дисципліни «Фізична культура і спорт в умовах ринку (менеджмент і маркетинг)».....	5
Робоча навчальна програма навчальної дисципліни «Фізична культура і спорт в умовах ринку (менеджмент і маркетинг)».....	12
Навчально-методичні матеріали для лекцій, практичних занять, самостійної роботи з навчальної дисципліни «Фізична культура і спорт в умовах ринку (менеджмент і маркетинг)».....	21
Контрольні питання з дисципліни.....	92
Інформаційно-методичне забезпечення дисципліни «Фізична культура і спорт в умовах ринку (менеджмент і маркетинг)».....	93
Основні терміни.....	94
Політика щодо вивчення навчальної дисципліни «Фізична культура і спорт в умовах ринку (менеджмент і маркетинг)».....	96
Список використаних джерел.....	97

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

В кожній країні існують різні галузі народного господарства (матеріальне і нематеріальне виробництво), в т. ч. галузь фізичної культури і спорту. Це є об'єктивною основою розробки нарівні із загальною теорією менеджменту та маркетингу ще і спеціальних галузевих теорій, які відображають специфічні закономірності управління галуззю.

На сучасному етапі розвитку міжнародної економіки спостерігається збільшення міри комерціалізації сфери фізичної культури і спорту. Історично це було зумовлене недостатнім фінансуванням з бюджетних джерел, що поставило установи сфери фізичної культури і спорту в умови самовиживання і пошуку альтернативних джерел інвестування. З іншого боку, зміни в українському законодавстві сформувавши можливість для здійснення підприємницької діяльності і надання платних послуг бюджетними установами і створення самостійних бізнесу-організацій, діючих на комерційній основі.

На сьогодні фізична культура та спорт є актуальним напрямом розвитку суспільства як в матеріальному, так і духовному аспекті. Адже вони виконують не лише соціальну функцію, а й економічну.

З кожним роком фізична активність і спорт все більшою мірою проникають у повсякденне життя людей повсюдно зростає кількість спортивних клубів і організацій, збільшується число людей, які прилучаються до спорту, росте кількість і якість спортивних засобів масової інформації.

Сучасна фізкультурно-спортивна індустрія недостатньо використовує провідні надбання менеджменту та маркетингу щодо використання ефективних методів управління, вивчення ринку, впровадження маркетингових стратегій організацій сфери фізичної культури і спорту тощо.

Спортивний менеджмент розглядається як цілеспрямований вплив суб'єкта управління на об'єкт управління для забезпечення переведення феноменів спортивної екзистенції у новий якісний стан, тобто переведення об'єкта з висхідного, початкового стану в бажаний, запланований, а також на підтримку системи спортивних інститутів.

Водночас маркетинг у спортивній сфері – це своєрідний симбіоз класичного маркетингу та специфічних принципів підприємницької діяльності у сфері фізичної культури та спорту. Одним з основних факторів, який обумовив можливість розвитку маркетингу у сфері спорту, став вектор змін пріоритетів і методів впливу державного управління спортивною сферою в умовах сталого розвитку бізнес-структур.

Поданий матеріал, що містить ці методичні вказівки дозволить здобувачам вищої освіти досягнути сучасних конструктивних знань і професійних вмінь із менеджменту та маркетингу у сфері фізичної культури та спорту і застосовувати їх у майбутній професійній діяльності.