



Силабус курсу

Маркетинг спортивних подій

Освітньо-професійна програма: «Фізична культура і спорт»

Ступінь вищої освіти – магістр

Спеціальність А 7 «Фізична культура і спорт»

Галузь знань – А Освіта

Рік навчання: I, Семестр: 2

Кредитів: 5

Мова викладання: українська

Керівник курсу

ПІП

Старший викладач **Яковів Василь Іванович**

Контактна інформація hanter71@ukr.net +380969984680

Опис дисципліни

Дисципліна “Маркетинг спортивних подій” спрямована на формування у студентів теоретичних знань та вироблення практичних навичок щодо використання основних засад маркетингу при проведенні різного роду спортивних подій і задоволення потреб споживачів. Основними завданнями вивчення дисципліни “Маркетинг спортивних подій” є надання студентам базових знань при висвітленні основ маркетингу в процесі проведення різного роду спортивних подій, впливі мікро- та макросередовища маркетингу на організаторів та учасників проведення спортивних заходів, розробки комплексу маркетингу для запланованих спортивних подій, а також формування стратегічних підходів щодо планування та проведення спортивних заходів.

Структура курсу

Години (лек. / прак.)	Тема	Результати навчання	Завдання
4 / 2	1. Особливості маркетингу в процесі організації спортивних подій.	Розуміти особливості маркетингу в процесі організації спортивних подій. Способи просування брендів через організацію спортивних подій.	Питання, завдання

4 / 2	2. Спортивні події. Види послуг та їх характеристика.	Уміти оцінювати види послуг учасникам спортивних подій. Характеризувати спортивні події та їх значення для учасників.	Питання, завдання
6 / 2	3. Стратегія маркетингу спортивних подій.	Вміти розробляти стратегії маркетингу спортивних подій.	Питання, завдання
6 / 2	4. Формування фінансового забезпечення спортивних подій.	Вміти формувати кошторис маркетингових витрат для організації спортивних подій. Формувати джерела надходження фінансових ресурсів для організації спортивних подій.	Питання, завдання
4 / 2	5. Цінова політика організаторів спортивних подій та спортивних послуг.	Вміти ефективно використовувати цінову політику для організації спортивних подій та спортивних послуг.	Питання, завдання
4 / 2	6. Комунікаційна діяльність організаторів спортивних подій.	Вміти розробляти і реалізовувати комунікаційну політику в напрямку організації спортивних подій.	Питання, завдання
4 / 2	7. Аналіз результативності здійснення спортивних подій та маркетингової діяльності.	Вміти аналізувати реалізовані спортивні події. Оцінювати основні досягнення проведених спортивних подій.	Питання, завдання

Літературні джерела

1. Бондаренко О. С., Голік О. В., Бондаренко О. В. Інструменти соціально відповідального маркетингу у сфері спорту. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління*, 2024 (14). <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2024-14-04-07>
2. Забаштанська Т. Діджиталізація маркетингових інструментів підприємств спортивно – оздоровчої сфери. *Проблеми і перспективи економіки та управління*, 2021 (2(26)), С. 115–123. [https://doi.org/10.25140/2411-5215-2021-2\(26\)-115-123](https://doi.org/10.25140/2411-5215-2021-2(26)-115-123).
3. Коваленко, І. Г. Роль маркетингу у розвитку сучасного професійного спорту : кваліфікаційна робота на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня магістра: спец. 017 «Фізична культура і спорт», освітньою програмою «Менеджмент у спорті» / Київ: НУФВСУ, 2024. 77 с.
4. Коновальчук, В. Ю. Організація маркетингової діяльності спортивних клубів : кваліфікаційна робота на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня магістра: спец. 017 «Фізична культура і спорт», освітньою програмою «Менеджмент у спорті» / Київ: НУФВСУ, 2023. 76 с.
5. Крамар Є. В. Особливості PR у спортивному маркетингу: кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра: спец. 017 «Фізична культура і спорт», освітньою програмою «Менеджмент у спорті» / Київ; НУФВСУ, 2022. 80 с.
6. Леонов Я. В. Стратегічний розвиток спортивної індустрії. *Review of transport economics and management*. 2020. Вип. 4 (20).
7. Мінченко М. Г., Бойко А. О., Доценко А. В., Мінченко М. В. Розвиток спортивної індустрії:

- маркетингові аспекти // Вісник Сумського державного університету. Серія Економіка. 2022. № 4. С. 329–336. DOI: 10.21272/1817-9215.2022.4-36
8. Нецерет Д. Ю. Управління маркетингом спортивних змагань (на прикладі бальних танців) : кваліфікаційна робота на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня магістра: спец. 017 «Фізична культура і спорт», освітньою програмою «Менеджмент у спорті» / Київ: НУФВСУ, 2024. 71 с.
 9. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.
 10. Спортивний менеджмент у США. Sport blog USA. URL: http://sportmanagm.blogspot.ru/2008/08/blog-post_8836.html (дата звернення: 07.11.2022).
 11. Creative Sport Shots Sport ta sportyvni podii: kliuch do uspishnoi reklamy bezalkoholnykh napoiv [Sports and sporting events: the key to successful advertising of soft drinks]. 2023. Retrieved from https://ua.tribuna.com/uk/blogs/creativesportshots/3079654-sport-ta-sportyvni-podiyi-klyuch-do-uspishnoyi-reklamy-bezalko/?utm_source=copy [in Ukrainian].
 12. Kulai, S. Sportsmeny-volontery 2022: zirky sportu, yaki dopomahaiut viiskovym prohianaty voroha z Ukrainy [Volunteer athletes 2022 : sports stars who help the military drive the enemy out of Ukraine] 2022. sport. 24tv. ua. Retrieved from https://sport.24tv.ua/pidsumki-2022-hto-zi-sportsmeniv-ukrayini-zaynyavsya-volonterstvom_n2221889 [in Ukrainian].
 13. Minchenko, M. H., Boiko, A. O., Dotsenko, A. V., Minchenko, M. V. Rozvytok sportyvnoi industrii: marketynhovi aspekty [Development of the sports industry: marketing aspects]. Visnyk Sumskoho derzhavnoho universytetu. Seriia Ekonomika - Bulletin of Sumy State University. Economy series, 2022.p.p. 329–336. DOI: 10.21272/1817-9215.2022.4-36 [in Ukrainian]. DOI: <https://doi.org/10.21272/1817-9215.2022.4-36>
 14. Polkovnychenko, S. O., Gurskyi, V. A., Khomenok, M. V. "Peculiarities of the implementation of the marketing complex in the field of sports", Ekonomika ta upravlinnia pidpriemstvamy, Infrastruktura rynku, 2020. Vol. 39 [in Ukrainian].

Політика оцінювання

Політика щодо дедлайнів та перескладання: Здобувачі освіти зобов'язані дотримуватися встановлених дедлайнів, а у разі їх порушення без поважної причини оцінка за завдання може бути знижена. Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

Політика щодо академічної доброчесності: Списування під час модульних контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час онлайн тестування (наприклад, програма Kahoot).

Політика щодо відвідування: За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в онлайн формі за погодженням із керівником курсу.

Оцінювання

Модуль 1		Модуль 2	Модуль 3	Модуль 4
20%	20%	5%	15%	40%
Поточне оцінювання	Модульний контроль	Тренінги	Самостійна робота	Екзамен

Середнє арифметичне з оцінок отриманих під час опитування на кожному практичному занятті.	Модульна контрольна робота (теми 1-7). 10 тестів по 5 балів, 2 теоретичних питання - 25 балів за кожне	Оцінка за виконане завдання	Оцінка за виконане завдання	10 тестів, за правильну відповідь на кожен із яких студент може отримати 4 бали, що в підсумку дає максимально 40 балів; 2 завдання: за розв'язання кожного із яких студент може отримати від 0 до 30 балів, що в підсумку дає максимально 60 балів;
---	---	-----------------------------	-----------------------------	---

Шкала оцінювання:

За шкалою ЗУНУ	За національною шкалою	За шкалою ECTS
90-100	відмінно	A (відмінно)
85-89	добре	B (дуже добре)
75-84		C (добре)
65-74	задовільно	D (задовільно)
60-64		E (достатньо)
35-59	незадовільно	FX (незадовільно з можливістю повторного складання)
1-34		F (незадовільно з обов'язковим повторним курсом)