

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
МИКОЛАЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ В. О. СУХОМЛИНСЬКОГО**

**Кафедра теорії та методики фізичної культури**

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Проректор із науково-педагогічної  
роботи \_\_\_\_\_ Н. І. Василькова

05 вересня 2018 р.

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ  
МАРКЕТИНГ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ В СИСТЕМІ ОСВІТИ**

**Ступінь магістра**

Галузь знань 01 Освіта/Педагогіка

Код та найменування спеціальності 014 Середня освіта

Предметна спеціалізація 014.11 Середня освіта (Фізична культура)

**Факультет фізичної культури та спорту**

**2018 - 2019 навчальний рік**

Робоча програма навчальної дисципліни «Маркетинг фізичної культури в системі освіти» для студентів галузі знань 01 Освіта/Педагогіка спеціальності 014.11 Середня освіта (Фізична культура), предметної спеціалізації 014.11. Середня освіта (Фізична культура). Мова викладання – українська.

Розробник: Борецька Наталія Олександрівна, доцент кафедри теорії та методики фізичної культури, доктор філософії в галузі управління та адміністрування.

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри теорії та методики фізичної культури.

Протокол від «27» серпня 2018 року № 1

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_ (Литвиненко О. М.)

«27» серпня 2018 р.

**1. Опис навчальної дисципліни  
«Маркетинг фізичної культури в системі освіти»**

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітньо-кваліфікаційний рівень, ступінь	Характеристика навчальної дисципліни	
		<i>денна форма навчання/ заочна форма навчання</i>	
Кількість кредитів – 4	Галузь знань 01Освіта/Педагогіка	Варіативна	
	Спеціальність 014 Середня освіта (Фізична культура)		
Індивідуальне науково-дослідне завдання – 1		<b><i>Рік підготовки:</i></b>	
		1	
Загальна кількість годин - 120		<b><i>Семестр</i></b>	
		2	2
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 2 самостійної роботи студента – 5.6	Ступінь магістра	<b><i>Лекції</i></b>	
		4	4
		<b><i>Практичні, семінарські</i></b>	
		14	20
		<b><i>Лабораторні</i></b>	
		-	-
		<b><i>Самостійна робота</i></b>	
102	96		
		Вид контролю: залік	

**Примітка.** Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної та індивідуальної роботи становить: для денної форми навчання – 120 год.: 18год. – аудиторні заняття, 102год. – самостійна робота (15% / 85%); для заочної форми навчання – 120 год.: 24год. – аудиторні заняття, 96год. – самостійна робота .

## **2. Мета та завдання навчальної дисципліни**

2.1. **Мета** вивчення дисципліни «Маркетинг фізичної культури в системі освіти» - забезпечити майбутніх фахівців теоретичними знаннями про маркетинг фізкультурно-оздоровчих послуг в Україні та їх застосування у практичній діяльності.

2.2 Основними завданнями вивчення дисципліни «Маркетинг фізичної культури в системі освіти» є вивчення студентами теоретичних основ маркетингу фізкультурно-оздоровчих послуг, а саме:

- вивчення особливостей фізкультурно-оздоровчих послуг у сучасній економіці;
- вивчення процесу розробки спортивно-оздоровчої послуги;
- вивчення основ формування цінової і комунікаційної політики спортивно-оздоровчої фірми;
- вивчення процесу реалізації спортивно-оздоровчої послуги;
- набуття студентами здатності приймати обґрунтовані стратегічні та тактичні рішення у ринковій ситуації, яка змінюється.

2.3. У результаті вивчення курсу студент оволодіває такими компетентностями:

### **Фахові компетентності:**

**ФК 13.** Мати високий рівень знань в області організаційно-управлінської діяльності (знайомство з новітніми теоріями, інтерпретаціями, методами й технологіями).

**ФК 14.** Здійснювати планування, організацію, контроль і корегування освітнього процесу; науково-дослідної, організаційно-управлінської, спортивної, фізкультурно-оздоровчої діяльності.

**ФК 15.** Готовність досліджувати, організовувати й оцінювати управлінський процес із використанням інноваційних технологій менеджменту, що відповідають загальним і специфічним закономірностям розвитку керованої системи.

### **Програмні результати навчання:**

**ПРН 7.** Здатен приймати рішення в складних і непередбачуваних умовах, що потребує застосування нових підходів та прогнозування.

**ПРН 10.** Здатний до професійної самоосвіти, особистісного зростання, проектування подальших освітніх траєкторій

**ПРН 12.** Здатний до реалізації управлінського процесу з використанням інноваційних технологій і менеджменту.

**ПРН 14.** Здатний раціонально і повно використовувати основні поняття і закони, нормативно-правові акти та нормативно-методичні матеріали.

### **У результаті вивчення дисципліни студент повинен:**

#### **Знати:**

- мету і завдання маркетингу фізкультурно-оздоровчих послуг;
- особливості сегментації ринку фізкультурно-оздоровчих послуг;

- особливості і приклади позиціонування фізкультурно-оздоровчих послуг;
- методики ціноутворення фізкультурно-оздоровчих послуг;
- особливості маркетингових комунікацій у діяльності спортивно-оздоровчої організації;
- основні елементи управління маркетинговою діяльністю у спортивно-оздоровчій організації;
- аналіз внутрішнього і зовнішнього середовища спортивно-оздоровчої організації як елемент управління маркетинговою діяльністю;
- методики організації маркетингового контролю та визначення результативності роботи організації;

**Уміти:**

- провести ревізію маркетингового середовища для реалізації спортивно-оздоровчої послуги;
- збирати й аналізувати маркетингову інформацію;
- прогнозувати попит на фізкультурно-оздоровчі послуги;
- оцінити конкурентоспроможність послуги і спортивно-оздоровчої фірми;
- розробити фізкультурно-оздоровчу послугу;
- встановлювати і корегувати ціну на послугу;
- планувати маркетингові комунікації.

**3. Програма навчальної дисципліни**

**Кредит 1. Основи маркетингу фізкультурно – оздоровчих послуг.**

**Тема 1.** Сучасні концепції маркетингу у оздоровчій діяльності.

**Тема 2.** Купівельна поведінка споживача на ринку фізкультурно- оздоровчих послуг.

**Тема 3.** Фізкультурно – оздоровчі послуги в системі маркетингу.

**Тема 4.** Конкуренція і конкурентноспроможність фізкультурно- оздоровчих послуг в рамках маркетингу.

**Кредит 2. Фізкультурно – оздоровчі послуги в системі маркетингу.**

**Тема 5.** Сегментація ринку фізкультурно – оздоровчих послуг.

**Тема 6.** Ціноутворення в системі фізкультурно – оздоровчих послуг.

**Тема 7.** Маркетингові комунікації у фізкультурно- оздоровчій діяльності.

**Кредит 3. Маркетингові дослідження у сфері фізичної культури і спорту.**

**Тема 8.** Теоретико – методичні основи управління фізичною культурою і спортом.

**Тема 9.** Технологія створення фізкультурно – спортивної організації.

**Тема 10.** Бізнес – план фізкультурно – спортивної організації.

**Тема 11.** Контракт у сфері фізичної культури і спорту.

**Кредит 4. Управління маркетинговою діяльністю у фізкультурно - оздоровчій організації.**

**Тема 12.** Система маркетингового планування та контролю за результативностями бізнесу.

## 4. Структура навчальної дисципліни

### 4.1. Розподіл годин навчальної дисципліни денної форми навчання

Назви кредитів і тем	Кількість годин					
	усьог о	у тому числі				
		л	п	лаб	інд	ср
1	2	3	4	5	6	7
<b>Кредит 1. Основи маркетингу фізкультурно-оздоровчих послуг.</b>						
<b>Тема 1.</b> Сучасні концепції маркетингу у фізкультурно-оздоровчій діяльності.	7.5	0.5	1			6
<b>Тема 2.</b> Купівельна поведінка споживача на ринку фізкультурно-оздоровчих послуг.	7		1			6
<b>Тема 3.</b> Фізкультурно-оздоровчі послуги в системі маркетингу.	8.5	0.5	1			7
<b>Тема 4.</b> Конкуренція і конкурентоспроможність фізкультурно-оздоровчих послуг в рамках маркетингу.	7		1			6
<b>Усього годин:</b>	<b>30</b>	<b>1</b>	<b>4</b>			<b>25</b>
<b>Кредит 2. Фізкультурно-оздоровчі послуги в системі маркетингу.</b>						
<b>Тема 5.</b> Сегментація ринку фізкультурно – оздоровчих послуг	9.5	0.5	1			8
<b>Тема 6.</b> Ціноутворення в системі фізкультурно - оздоровчих послуг	10		1			9
<b>Тема 7.</b> Маркетингові комунікації у фізкультурно-в фізкультурно – оздоровчій діяльності	10.5	0.5	2			8
<b>Усього годин:</b>	<b>30</b>	<b>1</b>	<b>4</b>			<b>25</b>
<b>Кредит 3. Маркетингові дослідження у сфері фізичної культури і спорту.</b>						
<b>Тема 8.</b> Теоретико-методичні основи управління фізичною культурою і спортом.	8		1			7
<b>Тема 9.</b> Технологія створення фізкультурно – спортивної організації	7.5	0.5	1			6
<b>Тема 10.</b> Бізнес-план фізкультурно-спортивної організації.	7		1			6
<b>Тема 11.</b> Контракт у сфері фізичної культури і спорту.	7.5	0.5	1			6
<b>Усього годин:</b>	<b>30</b>	<b>1</b>	<b>4</b>			<b>25</b>
<b>Кредит 4. Управління маркетинговою діяльністю у фізкультурно-спортивній організації.</b>						
<b>Тема 12.</b> Система маркетингово плану контролю за результативностями бізнесу.	30	1	2			27
<b>Усього годин:</b>	<b>30</b>	<b>1</b>	<b>2</b>			<b>27</b>
<b>Усього годин:</b>	<b>120</b>	<b>4</b>	<b>14</b>			<b>102</b>

#### 4.2. Розподіл годин навчальної дисципліни заочної форми навчання

Назви кредитів і тем	Кількість годин					
	усього	у тому числі				
		л	п	лаб	інд	ср
1	2	3	4	5	6	7
<b>Кредит 1. Основи маркетингу фізкультурно-оздоровчих послуг.</b>						
<b>Тема 1.</b> Сучасні концепції маркетингу у фізкультурно-оздоровчій діяльності.	7.5	0.5	2			5
<b>Тема 2.</b> Купівельна поведінка споживача на ринку фізкультурно-оздоровчих послуг.	7		1			6
<b>Тема 3.</b> Фізкультурно-оздоровчі послуги в системі маркетингу.	7.5	0.5	1			6
<b>Тема 4.</b> Конкуренція і конкурентоспроможність фізкультурно-оздоровчих послуг в рамках маркетингу.	8		2			6
<b>Усього годин:</b>	<b>30</b>	<b>1</b>	<b>6</b>			<b>23</b>
<b>Кредит 2. Фізкультурно-оздоровчі послуги в системі маркетингу.</b>						
<b>Тема 5.</b> Сегментація ринку фізкультурно – оздоровчих послуг	10.5	0.5	2			8
<b>Тема 6.</b> Ціноутворення в системі фізкультурно- оздоровчих послуг	10		2			8
<b>Тема 7.</b> Маркетингові комунікації у фізкультурно-в фізкультурно – оздоровчій діяльності	9.5	0.5	2			7
<b>Усього годин:</b>	<b>30</b>	<b>1</b>	<b>6</b>			<b>23</b>
<b>Кредит 3. Маркетингові дослідження у сфері фізичної культури і спорту.</b>						
<b>Тема 8.</b> Теоретико-методичні основи управління фізичною культурою і спортом.	7		2			5
<b>Тема 9.</b> Технологія створення фізкультурно – спортивної організації	8.5	0.5	2			6
<b>Тема 10.</b> Бізнес-план фізкультурно-спортивної організації.	7		1			6
<b>Тема 11.</b> Контракт у сфері фізичної культури і спорту.	7.5	0.5	1			6
<b>Усього годин:</b>	<b>30</b>	<b>1</b>	<b>6</b>			<b>23</b>
<b>Кредит 4. Управління маркетинговою діяльністю у фізкультурно-спортивній організації.</b>						
<b>Тема 12.</b> Система маркетингово плану контролю за результативностями бізнесу.	30	1	2			27
<b>Усього годин:</b>	<b>30</b>	<b>1</b>	<b>2</b>			<b>27</b>
<b>Усього годин:</b>	<b>120</b>	<b>4</b>	<b>14</b>			<b>102</b>

## 5. Теми лекцій

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна	заочна
	<b>Кредит 1. Основи маркетингу фізкультурно-оздоровчих послуг.</b>		
1.	<b>Тема 1.</b> Сучасні концепції маркетингу у фізкультурно-оздоровчій діяльності.	0.5	0.5
	<b>Тема 3.</b> Фізкультурно-оздоровчі послуги в системі маркетингу.	0.5	0.5
	<b>Кредит 2. Фізкультурно-оздоровчі послуги в системі маркетингу.</b>		
2.	<b>Тема 5.</b> Сегментація ринку фізкультурно – оздоровчих послуг.	0.5	0.5
	<b>Тема 7.</b> Маркетингові комунікації у фізкультурно – оздоровчій діяльності.	0.5	0.5
	<b>Кредит 3. Маркетингові дослідження у сфері фізичної культури і спорту.</b>		
3.	<b>Тема 9.</b> Технологія створення фізкультурно-спортивної організації.	0.5	0.5
	<b>Тема 11.</b> Контракт у сфері фізичної культури і спорту.	0.5	0.5
	<b>Кредит 4. Управління маркетинговою діяльністю у фізкультурно-спортивній організації.</b>		
	<b>Тема 12.</b> Система маркетингово плану контролю за результативностями бізнесу.	1	1
<b>Разом:</b>		4	4

## 6. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна	заочна
	<b>Кредит 1. Основи маркетингу фізкультурно-оздоровчих послуг.</b>		
1.	<b>Тема 1.</b> Сучасні концепції маркетингу у фізкультурно-оздоровчій діяльності.	1	2
2.	<b>Тема 2.</b> Купівельна поведінка споживача на ринку фізкультурно-оздоровчих послуг.	1	1
3.	<b>Тема 3.</b> Фізкультурно-оздоровчі послуги в системі маркетингу.	1	1
	<b>Тема 4.</b> Конкуренція і конкурентоспроможність фізкультурно-оздоровчих послуг в рамках маркетингу.	1	2
	<b>Кредит 2. Фізкультурно-оздоровчі послуги в системі маркетингу.</b>		
4.	<b>Тема 5.</b> Сегментація ринку фізкультурно – оздоровчих послуг	1	2
5.	<b>Тема 6.</b> Ціноутворення в системі фізкультурно- оздоровчих послуг	1	2
6.	<b>Тема 7.</b> Маркетингові комунікації у фізкультурно-в фізкультурно – оздоровчій діяльності	2	2
	<b>Кредит 3. Маркетингові дослідження у сфері фізичної культури і спорту.</b>		



7.	<b>Тема 8.</b> Теоретико-методичні основи управління фізичною культурою і спортом.	1	2
	<b>Тема 9.</b> Технологія створення фізкультурно – спортивної організації	1	2
	<b>Тема10.</b> Бізнес-план фізкультурно-спортивної організації.	1	1
	<b>Тема 11.</b> Контракт у сфері фізичної культури і спорту.	1	1
	<b>Кредит 4.Управління маркетинговою діяльністю у фізкультурно-спортивній організації.</b>		
8.	<b>Тема 12.</b> Система маркетингово плану контролю за результативностями бізнесу.	2	2
<b>Разом:</b>		14	20

## 7. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна	заочна
	<b>Кредит 1. Основи маркетингу фізкультурно-оздоровчих послуг.</b>		
1.	<b>Тема 1.</b> Сучасні концепції маркетингу у фізкультурно-оздоровчій діяльності.	6	5
2.	<b>Тема 2.</b> Купівельна поведінка споживача на ринку фізкультурно-оздоровчих послуг.	6	6
3.	<b>Тема3.</b> Фізкультурно-оздоровчі послуги в системі маркетингу.	7	6
	<b>Тема4.</b> Конкуренція і конкурентоспроможність фізкультурно-оздоровчих послуг в рамках маркетингу.	6	6
	<b>Кредит 2. Фізкультурно-оздоровчі послуги в системі маркетингу.</b>		
4.	<b>Тема5.</b> Сегментація ринку фізкультурно – оздоровчих послуг	8	8
5.	<b>Тема6.</b> Ціноутворення в системі фізкультурно - оздоровчих послуг	9	8
6.	<b>Тема7.</b> Маркетингові комунікації у фізкультурно-в фізкультурно – оздоровчій діяльності	8	7
	<b>Кредит 3. Маркетингові дослідження у сфері фізичної культури і спорту.</b>		
7.	<b>Тема 8.</b> Теоретико-методичні основи управління фізичною культурою і спортом.	7	5
	<b>Тема 9.</b> Технологія створення фізкультурно – спортивної організації	6	6
	<b>Тема10.</b> Бізнес-план фізкультурно-спортивної організації.	6	6
	<b>Тема 11.</b> Контракт у сфері фізичної культури і спорту.	6	6
	<b>Кредит4. Управління маркетинговою діяльністю у фізкультурно-спортивній організації.</b>		
8.	<b>Тема12.</b> Система маркетингово плану контролю за результативностями бізнесу.	27	27
<b>Разом:</b>		<b>102</b>	<b>96</b>

## 8. Індивідуальне навчально-дослідне завдання

Підготувати доповідь на студентську наукову конференцію з тематики дисципліни «Маркетинг фізичної культури в системі освіти».

## 9. Методи навчання

Із метою забезпечення максимального засвоєння студентами матеріалу курсу використовуються наступні методи навчання:

- словесні (лекція-монолог, лекція-діалог, бесіда);
- метод проблемного викладу матеріалу;
- наочні (презентація, ілюстрація);
- індуктивно-дедуктивний;
- метод стимулювання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності;
- методи усного, письмового, тестового контролю та самоконтролю.

## 10. Методи контролю

Контрольні роботи, усне опитування, творчі роботи, експрес – тести, перевірка конспектування першоджерел, виконання індивідуального завдання та самостійної роботи, захист рефератів, складання бізнес – плану.

## 11.Форма підсумкового контролю успішності навчання: залік

## 12. Розподіл балів , які отримують студенти

№ кредиту	Номер теми	Номер практичного заняття	Аудиторна робота на заняттях		Самостійна робота	Реферування або презентація	Тестування	Контрольна робота	Участь у науково – практичних конференціях з тематики управління у сфері фізичного виховання та спорту або творчий доробок	Разом
			Усна відповідь	Запитання до доповідачів по реферату						
<b>Кредит1. Основи маркетингу фізкультурно-оздоровчих послуг.</b>	1	1	10	4	16	10	10			
	2									
	3	2	10	4	16	10	10			
	4									
			20	8	32	20	20			100
<b>Кредит 2. Фізкультурно-оздоровчі послуги системі маркетингу.</b>	5	3	10	4	16	10	10	10		
	6									
	7	4	10	4	16	10				

			20	8	32	20	10	10		100
<b>Кредит 3. Маркетингові дослідження у сфері фізичної культури і спорту.</b>	8	5	10	4	16	10	10			
	9									
	10	6	10	4	16	10	10			
	11									
			<b>20</b>	<b>8</b>	<b>32</b>	<b>20</b>	<b>20</b>			100
<b>Кредит 4. Управління маркетинговою діяльністю у фізкультурно-спортивній організації.</b>	12	7	10	4	16	10	20	20	20	
			10	4	16	10	20	20	20	100
			<b>70</b>	<b>28</b>	<b>112</b>	<b>70</b>	<b>70</b>	<b>30</b>	<b>20</b>	
<b>Аудиторна робота - 98</b>				<b>Самостійна робота - 302</b>						
<b>400</b>										

### **КРИТЕРІЇ ОЦІНКИ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ СТУДЕНТІВ З ДИСЦИПЛІНИ: «Маркетинг фізичної культури у системі освіти»**

Для оцінювання використовується національна чотирьохбальна шкала: відмінно, добре, задовільно, незадовільно; європейська шкала: А, В, С, D, E, FX.

#### **Шкала оцінювання: національна та ECTS**

ОЦІНКА ЕКТС	СУМА БАЛІВ	ОЦІНКА ЗА НАЦІОНАЛЬНОЮ ШКАЛОЮ	
		екзамен	залік
A	90-100	5 (відмінно)	5/відм./зараховано
B	80-89	4 (добре)	4/добре/ зараховано
C	65-79		
D	55-64	3 (задовільно)	3/задов./ зараховано
E	50-54		
FX	35-49	2 (незадовільно)	Не зараховано

#### **14. Методичне забезпечення**

1. Навчально-методичний комплекс.

#### **15. Рекомендована література**

##### **Базова**

1. Артышевский В. Н. Маркетинг физкультурно-спортивных услуг и товаров / В. Н. Артышевский. — К. : 1993. — 80 с.
2. Гуськов С. И. Маркетинг и спорт: зарубежный опыт / И. С. Гуськов: В 2 ч. — М. :

РНИИФК, 1992. — Ч. II. — 84 с.

3. Гуськов С. И. Менеджмент и маркетинг спортивных и физкультурно-оздоровительных услуг: практические рекомендации из зарубежного опыта / С. И. Гуськов. — М., 1994. — 114 с.

4. Дудов В. А. Маркетинг в сфере физической культуры и спорта: Содержание, стратегия, коммуникации / В. А. Дудов, О. Н. Степанова. — Рос. акад. гос. службы при президенте РФ. — М. : РАГС, 2003. — 249 с.

5. Мічуда Ю. П. Ринкові відносини та підприємництво у сфері фізичної культури і спорту / Ю. П. Мічуда: Навч. посіб. — К. : Олімпійська література, 1995. — 152 с.

6. Мічуда Ю.П. Сфера фізичної культури і спорту в умовах ринку /Ю.П.Мічуда. - К.Юлиппийская литература, 2007. - 216с.

#### Допоміжна

1. Алексеев С.В. Международное спортивное право/ С.В.Алексеев.- М.; ЮНИТИ, 2008.-894с.

2. Бріскін Ю.А.Параолімпійський спорт: [навч.посіб. для студ.ВНЗ] /Ю.А.Бріскін, А.В. Передерій. В.В.Строкатов; [ за заг.ред.Ю.А.бріскіна].- Л.: Арал,2001.-141с.

3. Бріскін Ю.А Теоретико- методичні основи інваспорту / Ю.А. Бріскін.- Л.: Кварт,2005- 355с., іл..

4. Гавкалова Н.л. Менеджмент персонала: учеб.пособ. / Н.Л.Гавкалова, Н.С.Маркова.-2-е изд., справ. И доп.- Х.:ИД «ИНЖЭК»,2005.-304с.

5. Герчикова І.Н. Менеджмент / І.Н. Герчикова.- М.: ЮНІТ, 1995.- С. 3-65.

6. Гостев Р.Г. Спорт и законодательство / Р.Г.Гостев. — М.: НИЦ «Еврошкола», 2001.- 438с.

7. Гуськов С.И. Менеджмент и маркетинг спортивных и физкультурно – оздоровительных услуг: практические рекомендации из зарубежного опыта/ С.И.Гуськов. М.:, 1994.- С.3-15.

8. Гуськов С.И. Спортивный маркетинг /С.И.Гуськов.- К.: Олимпийская литература, 1995.- 290с.

9. Державне управління і менеджмент: навч.посіб. у таблицях і схемах / Г.С.Одінцова, Г.І.Мостовий, О.Ю.Амосов та ін., аг. Ред.Г.С.Одінцової.- Х.: ХарРІ УАДУ,2002.- 492с.

10. Еншин М.М. Спортивный менеджмент и маркетинг: учебн. пособ. / М.М.Еншин. — 2-е изд.исправ.- Мн.: БГНУФК, 2005.- 229.

11. Жолдак В.И. Основы менеджмента в спорте и туризме. Т.1. Организационные основы : учебник / В.И. Жолдак, В.А.Квартальнов.- М.: Советский спорт, 2001.- 88с.

12. Жолдак В.И, Квартальнов В.А. Основы менеджмента в спорте и туризме.Т.2. Социально – педагогические основы: учебник. / В.И Жолдак, В.А.Квартальнов.- М.: Советский спорт, 2002. — 184с..

13. Золотов М.И. Экономика массового спорта / М.И.Золотов, Н.А.Платонова, О.И.Вапнярская. - М.: Физическая культура, 2005.-300с.

14. Колпаков В.М. Стратегический кадровый менеджмент: учеб. пособ. / В.М. Колпаков, Г.А. Дмитренко.- К.: МАУП, 2005.- 752с.

15. Мічуда Ю.П. Сфера фізичної культури і спорту в умовах ринку /Ю.П. Мічуда. - К. Юлімпійська література, 2007. - 216с.

### **16. Інформаційні ресурси**

1. Газнюк Л. М., Разумовський С. О. Маркетингова діяльність у сфері фізичної культури та спорту як об'єкт соціального пізнання. – Режим доступу: <http://oaji.net/articles/2014/755-1397471141.pdf>

2. Газнюк Л. М., Маркетингова діяльність у сфері фізичної культури та спорту як об'єкт соціального пізнання. – Режим доступу: <http://journals.uran.ua/index.php/1991-0177/article/view/22752>

3. Маркетинг фізичної культури в системі освіти. – Режим доступу: [/www.pulib.sk/web/kniznica/elpub/dokument/Bernatova8/subor/Shcherbatiuk.pdf](http://www.pulib.sk/web/kniznica/elpub/dokument/Bernatova8/subor/Shcherbatiuk.pdf)