

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ І СПОРТУ УКРАЇНИ

КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ЕКОНОМІКИ СПОРТУ

МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ ФІЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

Ярмолюк Олена Володимирівна

кандидат наук, доцент

МЕТА ДИСЦИПЛІНИ:

формування у студентів системи знань, яка базується на опануванні теоретичними і практичними засадами маркетингових комунікацій в сфері ФКіС

Завдання дисципліни:

1. Розкрити основний зміст інтегрованих маркетингових комунікацій в сфері ФКіС.
2. Сформувати у студентів навички планування комплексу маркетингових комунікацій в спорті, розробки медіа-плану фізкультурно-спортивної організації.
3. Охарактеризувати основні елементи маркетингових комунікацій фізкультурно-спортивних організацій.
4. Розкрити зміст медіа маркетингу в спорті.
5. Створити уяву про особливості івент-маркетингу в галузі ФКіС.

ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН

№	Назва теми	Всього годин	Форма занять	
			Лекція	Семінар
1.	Зміст і основні елементи маркетингових комунікацій ФСО	4	2	2
2.	Брендинг у спорті	4	2	2
3.	Зв'язки з громадськістю ФСО	4	2	2
4.	Реклама як елемент маркетингових комунікацій в галузі ФКіС	4	2	2
5.	Стимулювання збуту в практиці ФСО	4	2	2
6.	Прямий маркетинг та персональні продажі фізкультурно-спортивних товарів та послуг	4	2	2
7.	Інтерактивний та партизанський маркетинг в галузі ФКіС	4	2	2
8.	Маркетинг ФСО в соціальних мережах	4	2	2
9.	Івент-маркетинг та організація роботи зі споживачами товарів та послуг галузі ФКіС	4	2	2
10.	Медіа планування в практиці ФСО	6	2	4
Всього:		42	20	22



Комплекс маркетингових комунікацій в галузі ФКіС – це система загальних установок, критеріїв, орієнтирів, що діє у фізкультурно-спортивній організації для прийняття рішень в сфері комунікацій

ОСНОВНІ ЕЛЕМЕНТИ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ФСО

