**Продолжительность:**72 часа

**Дата начала:** в течение учебного года по мере набора группы

**Стоимость:**4 700 рублей

**Преподаватели:**ведущие преподаватели профильных кафедр СибГУФК

**Цель курса:** совершенствование кадрового обеспечения спортивной отрасли; подготовка спортивных менеджеров, специалистов в области спортивного маркетинга и прочих специалистов, работающих в данной отрасли: государственных служащих, в области физической культуры и спорта, специалистов, работающих либо начинающих свой собственный бизнес в спортивной отрасли.

**Категория слушателей:**лица, имеющие средне профессиональное и/или высшее образование

**Форма обучения:**очная, очно-заочная

**Режим занятий:**7-8 дней по 4-8 часов

**Требования к результатам обучения:**

В результате освоения программы слушатель должен

**Знать:**

- Конституцию РФ, гражданские права и обязанности, законы РФ и нормативно-правовые документы по управлению в области физической культуры и спорта;

- Основные положения теории менеджмента и менеджмента в области физической культуры и спорта;

- Структуру управления областью физической культуры и спорта;

- Организационные основы областью физической культуры и спорта;

- Основы менеджмента проведения соревнований и физкультурно-спортивных мероприятий.

**Уметь:**

– Принимать управленческие решения в рамках должностных функций и полномочий;

– Разрабатывать и составлять плановую и отчетную документацию, в том числе финансовую;

– Организовывать и проводить физкультурно-массовые мероприятия и спортивные соревнования, оформлять необходимые документы на всех этапах подготовки и проведения спортивных мероприятий;

– Проводить контроль в соответствии с текущими управленческими задачами;

– Анализировать принятые решения и вносить коррективы в организационно-управленческую деятельность.

**Владеть:**

– разными способами анализа и обобщения информации в ходе изучения управления в физкультурно-спортивных организациях;

– навыками принятия управленческих решений в организациях физкультурно-спортивной направленности;

– навыками к организации и проведения массовых физкультурных мероприятий и спортивных соревнований;

– навыками планирования деятельности физкультурно-спортивных организаций.

**Учебно-тематический план программы:**

В программу обучения включены следующие модули и темы:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Наименование модулей, тем | Всего час. | В том числе |
| лекции | практ. | самост. |
|  | **Модуль 1. Теоретические основы менеджмента** |  |  |  |  |
| 1.1 | Понятие «управление» и «менеджмент». | 2 | 1 | - | 1 |
| 1.2 | Понятие «системы» и системного подхода в управлении. | 1 | - | 1 | - |
| 1.3 | Структура и типы организационных связей.  | 2 | 1 | - | 1 |
| 1.4 | Основные категории менеджмента. | 1 | 1 | - | - |
|  | **Модуль 2.** **Физическая культура и спорт как система** |  |  |  |  |
| 2.1 | Структура управления физической культурой и спортом. | 2 | 1 | - | 1 |
| 2.2 | Государственные органы управления физической культурой и спортом | 1 | 1 | - | - |
| 2.3 | Общественные спортивные организации. | 1 | - | - | 1 |
|  | **Модуль 3. Управление физической культурой и спортом** |  |  |  |  |
| 3.1 | Цель и задачи управления физической культурой. | 1 | - | - | 1 |
| 3.2 | Основные характеристики отрасли. | 1 | 1 | - |  |
| 3.3 | Задачи и сущность управления отдельными подсистемами | 2 | **-** | 1 | 1 |
|  | **Модуль 4. Организационное построение сферы физической культуры и спорта** |  |  |  |  |
| 1.1 | Физическая культура и спорт в общеобразовательных учреждениях, в высших учебных заведениях, в детско-юношеских спортивных школах. | 2 | 1 | - | 1 |
| 1.2 | Корпоративный спорт на промышленных предприятиях  | 2 | 1 | - | 1 |
| 1.3 | Профессиональный спорт | 2 |  | 1 | 1 |
| 1.4 | Спортивные сооружения как необходимое звено для развития организационного механизма физической культуры и спорта. | 1 | 1 | - | - |
|  | **Модуль 5.** **Принятие решений и коммуникации в управлении** |  |  |  |  |
| 5.1 | Классификация, этапы и требования, предъявляемые к принятию решений. | 2 | - | 1 | 1 |
| 5.2 | Типология коммуникаций в организации и за ее пределами. | 1 | 1 | - | - |
| 5.3 | Управленческая информация. | 1 | - | - | 1 |
| 5.4 | Формы и средства информации. | 1 | 1 | - | - |
|  | **Модуль 6. Функции спортивного менеджмента** |  |  |  |  |
| 6.1 | Формы, виды и технологии планирования.  | 1 | 1 | - | - |
| 6.2 | Функция организации в спортивном менеджменте. | 1 | - | - | 1 |
| 6.3 | Функции координации и контроля. | 1 | **-** | 1 | - |
|  | Мотивация в спортивном менеджменте. | 2 | **1** | - | 1 |
|  | **Модуль 7. Нормативно-правовые основы спортивного менеджмента** |  |  |  |  |
| 7.1 | Основные правовые документы в менеджменте физкультурно-спортивных организаций. | 2 | 1 | - | 1 |
| 7.2 | Организационно-правовые формы и типология организаций в сфере физической культуры и спорта. | 2 | - | 1 | 1 |
| 7.3 | Основные формы договоров в сфере физической культуры и спорта. | 1 | - | - | 1 |
|  | **Модуль 8.** **Менеджмент услуг на спортивных объектах** |  |  |  |  |
| 8.1 | Классификация услуг в физической культуре и спорте | 1 | - | - | 1 |
| 8.2 | Система физкультурно-спортивных услуг для населения. | 1 |  | 1 |  |
| 8.3 | Ценовая политика услуг | 2 | 1 |  | 1 |
| 8.4 | Маркетинговая деятельность и бизнес-планирование в системе менеджмента организаций. | 1 | - | - | 1 |
|  | **Модуль 9. Социально - психологические аспекты менеджмента физической культуры и спорта** |  |  |  |  |
| 9.1 | Типы и стили руководства. | 1 | - | - | 1 |
| 9.2 | Формирование трудового коллектива: этапы, особенности взаимодействия менеджера и коллектива. | 1 | - | 1 | - |
| 9.3 | Теории мотивации и типы руководства.  | 2 | **1** | - | 1 |
| 9.4 | Управление конфликтами в организации. | 1 | **-** | - | 1 |
|  | **Модуль 10. Пропаганда физической культуры и спорта в системе менеджмента организаций** |  |  |  |  |
| 10.1 | Функции СМИ в системе спортивного менеджмента. | 1 | - | - | 1 |
| 10.2 | Информационные, просветительские, воспитательные, мировоззренческие аспекты спортивного менеджмента. | 1 | - | 1 | - |
| 10.3 | Спорт в изобразительном искусстве, литературе, музыке, кинематографии и фотографии. | 1 | 1 | - | - |
| 10.4 | Основные подходы к выставочному менеджменту и пропаганде физической культуры и спорта. | 1 | - | - | 1 |
|  | **Модуль 11.** **Понятие и сущность маркетинга** |  |  |  |  |
| 11.1 | История развития маркетинга.  | 1 | - | 1 | - |
| 11.2 | Эволюция концепций маркетинга. | 2 | 1 | - | 1 |
| 11.3 | Функции маркетинга. | 1 | - | - | 1 |
|  | **Модуль 12. Маркетинговые исследования** |  |  |  |  |
| 12.1 | Поведение потребителя.  | 1 | - | - | 1 |
| 12.2 | Система маркетинговой информации о рынке и методы ее сбора. | 1 | 1 | - | 1 |
| 12.3 | Классификация и сущность видов маркетинговых исследований. | 2 | **-** | 1 | 1 |
|  | **Модуль 13. Маркетинговые коммуникации** |  |  |  |  |
| 13.1 | Теория коммуникаций, реклама.  | 1 | - | - | 1 |
| 13.2 | Система формирования спроса и стимулирования сбыта. | 2 | 1 | - | 1 |
| 13.3 | Связи с общественностью, личная продажа. | 2 | - | 1 | 1 |
|  | **Модуль 14.** **Товар в маркетинге** |  |  |  |  |
| 14.1 | Жизненный цикл товара.  | 2 | - | 1 | 1 |
| 14.2 | Конкурентоспособность товара. | 1 | 1 | - |  |
| 14.3 | Товарные стратегии организации. | 1 | - | - | 1 |
|  | **Модуль 15. Управление маркетингом** |  |  |  |  |
| 15.1 | Планирование и контроль в маркетинге.  | 2 | - | 1 | 1 |
| 15.2 | Маркетинговые стратегии.  | 2 | 1 |  | 1 |
|  | Итоговая аттестация | **2** |  |  |  |
|  | ИТОГО | **72** | **22** | **14** | **36** |

Освоение программы завершается итоговой аттестацией (зачет).