

Касаткина Галина Михайловна	Подписано цифровой подписью Касаткина Галина Михайловна Дата: 2024.04.01 14:28:51 +05'00'
--	--



Касаткина Г.М.

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ
СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

Управление по развитию физической культуры, спорта и молодежной
политики Администрации города Нижний Тагил
Муниципальное бюджетное учреждение
«Информационно-методический центр по физической культуре и спорту»

**ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ В СФЕРЕ ФИЗИЧЕСКОЙ
КУЛЬТУРЫ И СПОРТА**

(дополнительная профессиональная программа повышения квалификации
для работников отрасли «физическая культура и спорт»)

г. Нижний Тагил
2023 г.

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Согласно действующей в Российской Федерации классификации видов экономической деятельности (ОКВЭД) физическая культура и спорт относятся к непроеизводственной сфере (ее еще называют социальной сферой или сферой услуг) и являются составной частью отрасли «Здравоохранение, физическая культура и социальное обеспечение». Однако есть все основания полагать, что физическая культура и спорт в настоящее время сформировались в самостоятельную отрасль народного хозяйства.

В пользу этого довода свидетельствуют:

1. Наличие организаций физкультурно-спортивной направленности, обладающих правами юридического лица.
2. Единство конечного продукта, которым являются физкультурно-спортивные услуги.
3. Единство целей и технологий производства физкультурно-спортивных услуг, базирующихся на основных положениях теории и методики физического воспитания и спорта.
4. Наличие кадрового состава и системы подготовки специалистов по физической культуре и спорту.
5. Наличие государственной системы учета и статистической отчетности.
6. Отраслевое обособление физкультурно-спортивных организаций на основе единого органа управления – Министерства спорта, туризма и молодежной политики Российской Федерации, функционирующего на основе Федерального закона «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» (№ 329 – ФЗ от 04.12.2007 г.).

Как отрасль **физическая культура и спорт** представляет собой совокупность организаций физкультурно-спортивного профиля, предоставляющих населению соответствующие услуги на единой теоретико-методической и программно-нормативной основе.

Педагогические системы «тренер-спортсмен», «спортсмен-группа, (или команда», спортсмен-спортивный клуб», тренер-администрация учреждений физкультурно-спортивной направленности» и т.п. – все это в первую очередь не что

иное, как системы управленческих отношений между людьми. Отсюда следует, что овладение наукой и технологией менеджмента профессионально необходимо каждому, кто претендует на роль и положение умелого и авторитетного педагога, тренера-преподавателя.

Организационно-управленческая деятельность является важным разделом деятельности в любом подразделении спортивного движения страны. В современной России требуется совершенствование научных методов управления всеми экономическими и социальными процессами.

Требуются новые организаторы, способные действовать в условиях рынка, ориентируясь в экономических и политических реалиях нашего государства. Знание науки управления, ее основных принципов и методов является необходимым для специалистов. Знание, которое воплощается в емком слове «менеджмент».

Основная **цель программы** – сформировать у слушателей теоретические знания по менеджменту и маркетингу, а также практические умения и навыки, необходимые в профессиональной деятельности для научно обоснованного осуществления физкультурно-спортивной работы и управления учреждениями физкультурно-спортивной направленности.

Задачи программы:

- изучить научно-теоретические, методологические и методические основы менеджмента и маркетинга физической культуры и спорта;
- осуществить практическое освоение технологий и инструментов исследований и действий в области менеджмента и маркетинга, позволяющих осуществлять научно обоснованное управление физкультурным движением в современных условиях, формировать и оптимизировать стратегию учреждений физкультурно-спортивной направленности, планировать и реализовывать их тактику;
- сформировать у слушателей умения и навыки разработки, практической реализации и анализа эффективности ИМС-программ (коммуникативной, рыночной и социально-педагогической) для учреждений физкультурно-спортивной направленности.

В наиболее широком смысле под **менеджментом** понимают **управление, руководство определенной деятельностью конкретного человека, группы людей, коллектива, организации и т.д.** **Менеджер** (относительно новое слово в русском языке) означает **управляющий** (фигура, известная в отечественной производственно-трудовой практике не менее двух веков).

Менеджмент, управление социальной и экономической деятельностью в современных условиях радикальной либерализации рыночных отношений в сфере физической культуры и спорта все шире и чаще использует теорию и практику **маркетинга** (Кузин В.В., 1993; Сейранов С.Г., 1993, 1995; Кутепов М.Е., 1995; Гуськов С.И., 1996; Жолдак В.И., Сейранов С.Г., 1999 и др.).

Маркетинг – термин, зачастую сопутствующий слову и явлению «менеджмент», означает рыночную ориентацию деятельности по производству вещных товаров и услуг. Или, говоря подробнее, **маркетинг** – система организационно-технических, финансовых и коммерческих функций производителей, направленных на овладение сферой реализации продуктов и услуг. Как отмечал профессор М.Е.Кутепов (1993), многочисленные определения маркетинга, которых насчитывается более двух тысяч, могут быть объединены в две крупные группы – классические и современные.

Классические определения гласят, что маркетинг:

- предпринимательская деятельность, управляющая продвижением товаров и услуг от производителя к потребителю, пользователю;
- социальный процесс, посредством которого прогнозируется, расширяется и удовлетворяется спрос на товары и услуги посредством их разработки, продвижения и реализации.

Основной заповедью современного маркетинга является девиз «производить то, что можно продать, вместо того, чтобы пытаться продать то, что можете произвести (Жолдак В.И., Сейранов С.Г., 1999, с.206-223).

Управление охватывает различные сферы, уровни и структуры общественного устройства – семьи и государства, производственные предприятия и образовательные учреждения, спортивные, физкультурные и туристские организации, а также самодеятельные творческие коллективы.

Чтобы правильно и объективно понимать современные тенденции, оценивать состояние и регулировать процессы развития физической культуры и спорта, нужно обладать знаниями и технологиями менеджмента и маркетинга. Этим определяется **актуальность** данной образовательной программы профессиональной переподготовки.

Содержание материалов программы направлено на формирование у слушателей современных представлений об организации и управлении физической культурой и спортом как специфической отраслью в условиях углубляющихся рыночных отношений в России. В программе рассматриваются общие направления реформирования сферы физической культуры и спорта. Слушатели овладевают элементами экономического мышления и культуры, навыками эффективного управления коллективом, особенностями делового речевого общения, специальной нормативно-правовой базой.

Качественное усвоение теоретических знаний по менеджменту и маркетингу, формирование практических умений и навыков, необходимых для научно обоснованного проектирования и осуществления функции управления физкультурно-спортивной работы, требует наличия у слушателей круга базовых знаний по социологии, экономике, теории и методике физического воспитания и спорта, спортивному менеджменту и маркетингу, основам научно-методической деятельности, основным видам физкультурно-спортивной деятельности.

Учебный процесс по программе складывается из взаимосвязанных и взаимообусловленных форм занятий: лекционных, семинарских (практических) и самостоятельных.

В рамках семинарских (практических) занятий предусмотрены: разбор наиболее сложных вопросов лекционного курса, тестирование, дискуссии, проведение деловых игр, выступления слушателей с сообщениями (включая их последующее обсуждение), выполнение контрольных работ и др.

К основным видам самостоятельной работы слушателей следует отнести изучение и конспектирование литературных первоисточников и статистических материалов, подбор и контент-анализ рекламно-информационных сообщений физкультурно-спортивной направленности, изучение и обобщение опыта

маркетинговой деятельности физкультурно-спортивных организаций (включая фиксацию примеров успешных или неудавшихся маркетинговых акций), расчеты показателей качества и конкурентоспособности, подготовку докладов, сообщений, рефератов, коллажей и пр.

Категория слушателей: педагогические работники учреждений физкультурно-спортивной направленности, связанные в своей профессиональной деятельности с организацией и управлением в области физической культуры и спорта.

Интегрированная образовательная программа «Менеджмент и маркетинг физической культуры и спорта» направлена на повышение квалификации руководителей и заместителей руководителя учреждений физкультурно-спортивной направленности, тренеров-преподавателей, других педагогических работников, имеющих высшее профессиональное образование в области государственного и муниципального управления. Содержание программы соответствует квалификационным требованиям, предъявляемым к должности руководителя, заместителя руководителя, других педагогических работников.

Образовательная программа рассчитана на 84 часа: из них – 49 часов – теоретические занятия; 23 часа – практические занятия; самостоятельная работа – 12 часов.

Итоговый контроль слушателей образовательной программы проходит в виде проведения тестирования, контрольных и проверочных работ, написания рефератов, круглых столов и пр.

По итогам обучения выдается удостоверение о повышении квалификации по проблеме организации и управления в области физической культуры и спорта.

**УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ
ПРОГРАММЫ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ «ОРГАНИЗАЦИЯ И
УПРАВЛЕНИЕ В СФЕРЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА»**

№	Наименование разделов и дисциплин	Всего часов	в том числе			Форма контроля
			Лекции	Практические занятия	Самостоятельные занятия	
01	Социально-педагогические аспекты управления физическим воспитанием и спортом	10	6	4		Тестирование, проверочные работы
1.1.	Социально-педагогический менеджмент, физическое воспитание и социализация молодежи	2	2			
1.2.	Социально-педагогические аспекты и роль спорта	2	1	1		
1.3.	Социально-педагогические аспекты детско-юношеского спорта	2	1	1		
1.4.	Социально-педагогические аспекты взаимоотношений между тренером и спортсменом	2	1	1		
1.5.	Менеджмент спортивных соревнований и физкультурно-массовых мероприятий	2	1	1		
02	Менеджмент и маркетинг в современных условиях развития физической культуры и спорта	30	18	4	8	Рефераты, тестирование, контрольные работы
2.1.	Основы менеджмента. Информационное обеспечение менеджмента	6	4		2	
2.2.	Функции управления. Управление персоналом, кадровая политика	8	4	2	2	
2.3.	Стратегическое управление учреждениями физкультурно-спортивной направленности	3	2		1	

2.4.	Маркетинговые стратегии и технология проектирования услуг физической культуры и спорта	3	2		1	
2.5.	Варианты решения маркетинговых проблем физкультурно-спортивных организаций	4	2	2		
2.6.	Управление маркетинговой деятельностью в физкультурно-спортивной организации	4	2		2	
2.7.	Public relations и пропаганда в системе маркетинга физкультурно-спортивных услуг: теория и элементы технологии	4	4			
03	Современные требования к делопроизводству	6	3	3		Контроль-ная работа
3.1	Новые стандарты по делопроизводству	6	3	3		
04	Культура деловой речи	6	4	2		Тестирова-ние, провероч-ные работы
4.1	Основы деловой риторики	3	2	1		
4.2.	Психология и этика делового общения	3	2	1		
05	Психология управления	12	6	4	2	Тестирова-ние
5.1	Руководитель в организации	4	2	-	2	
5.2	Практикум по психологии управления	4	2	2		
5.3.	Конфликты и их решение в трудовом коллективе	4	2	2		
06	Экономические и правовые основы спортивного менеджмента	12	8	2	2	Рефераты, контроль-ные работы, тестирова-ние
6.1.	Нормативно-правовая база управления физической	4	4			

	культурой и спортом					
6.2.	Хозяйственно-экономическая деятельность, организация внебюджетной деятельности в области физической культуры и спорта	8	4	2	2	
07	Основы медицинской подготовки и безопасности жизни	8	4	4		Тестирование, проверочные работы
7.1.	Концепция курса «Основы медицинской подготовки и БЖ»	0,5	0,5	-	-	
7.2.	Современный комплекс проблем безопасности	0,5	0,5		-	
7.3.	Понятия ЧС и ЭС. Первоочередные действия в случае аварии на Белоярской АЭС. Основные АХОВ г. Нижний Тагил	1,5	0,5	1		
7.4	Здоровье и здоровый образ жизни	1,5	0,5	1		
7.5.	Нетрадиционные системы оздоровления	2	1	1		
7.6.	Оказание первой медицинской помощи при кровотечениях, травмах, ранах и пр.	2	1	1		
Всего:		84	49	23	12	

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

1. Социально-педагогические аспекты управления физическим воспитанием и спортом

1.1. Социально-педагогический менеджмент, физическое воспитание и социализация молодежи

Значение физической культуры и спорта в процессе социализации личности. Физическое воспитание как целенаправленный и педагогический управляемый процесс. Положительное влияние занятий ФКиС на организм и повышение успеваемости в учебе. Воздействие занятий ФКиС на эффективность его производственной и социальной адаптации. Взаимосвязь ФКиС с системой воспитания и подготовки молодых специалистов к предстоящей трудовой деятельности в педагогическом коллективе. Развитие представлений о ценностном потенциале физической культуры и спорта. Перспективы освоения ценностей педагогических технологий развития физической культуры и спорта.

1.2. Социально-педагогические аспекты и роль спорта

Система физического воспитания, физкультурно-спортивное и туристское движение как социальные институты комплексного воздействия на человека. Концепция всестороннего развития целостной личности в учебно-воспитательном процессе. Социально-педагогические условия гуманизации педагогического процесса. Социально-педагогическое воздействие тренера-преподавателя. Индивидуальное участие граждан в деятельности физкультурно-спортивных организаций и учреждений. Адекватное представление разнообразных форм и функций физической культуры и спорта в системе общественно-социальных отношений. Стратегия развития физической культуры и спорта в Российской Федерации.

1.3. Социально-педагогические аспекты детско-юношеского спорта

Учреждения дополнительного образования физкультурно-спортивной направленности: ДЮСШ, СДЮСШОР, ШВСМ, УОР и др. Система детско-юношеского спорта и туризма, в том числе система спортивных соревнований. Социально-педагогическая направленность детско-юношеского спорта. Социально-педагогические принципы детско-юношеского спорта. Спортивный коллектив, спортивная команда. Лидер как социопедагогический объект. Целенаправленное социопедагогическое воздействие на группу, команду. Детский туризм в России.

1.4. Социально-педагогические аспекты взаимоотношений между тренером и спортсменом

Объективные предпосылки формирования взаимоотношений между тренером и спортсменом. Стили деятельности тренера-преподавателя. Причины, влияющие на переход спортсмена от одного тренера к другому. Конфликты между тренером и спортсменом. Оптимизация взаимоотношений «тренер-спортсмен»: компоненты профессионально-педагогической деятельности тренера-преподавателя. Социометрические методы диагностики взаимоотношений «тренер-спортсмен».

1.5. Менеджмент спортивных соревнований и физкультурно-массовых мероприятий

Соревнования, спортивные праздники, вечера отдыха, мероприятия культурно-просветительного характера как мощные средства активного оздоровительного отдыха. Социальные и социально-педагогические задачи, решаемые этими мероприятиями. Основные принципы, в соответствии с которыми должны проводиться массовые физкультурно-спортивные мероприятия. Этапы организации этих мероприятий, планы подготовки и проведения данных мероприятий. Организация массового спортивного конкурса. Положение о конкурсе. Руководство подготовкой и проведением конкурса. Комиссия организационно-методического обеспечения, комиссия по пропаганде и агитации, комиссия кадрового обеспечения, автотранспортная комиссия, административно-хозяйственная комиссия. Регламент спортивного мероприятия

2. Менеджмент и маркетинг в современных условиях развития физической культуры и спорта

2.1. Основы менеджмента. Информационное обеспечение менеджмента

Предмет, цель, задачи, структура и основная терминологическая база менеджмента. Значение менеджмента для руководителей учреждений физкультурно-спортивной направленности. Основные термины и понятия.

Физическая культура и спорт как отрасль народного хозяйства и сфера услуг. Основополагающие цели управления физкультурно-спортивной деятельностью. Основные вехи в истории развития менеджмента. Основные трудности и предпосылки возникновения и развития менеджмента в отечественной системе физической культуры и спорта.

Объекты менеджмента в физкультурно-спортивной деятельности. Субъекты управленческих отношений в физической культуре и спорте и их основные функции. Основные направления и особенности управленческой деятельности в отрасли «Физическая культура и спорт».

2.2. Функции управления. Управление персоналом, кадровая политика

Классическое определение функций менеджмента. Специфические особенности функций менеджмента физической культуры и спорта.

Предвидение в спорте. Предвидение как функция менеджмента. Сущность предвидения. Спортивные предвидения. Элементы, фазы и процессы предвидения в спорте. Методы предвидения.

Планирование в спортивном менеджменте. Фазы и характеристики планирования в спорте. Виды планирования. Элементы функции планирования.

Организация в сфере физической культуры и спорта. Сущность понятия организационной деятельности. Теоретические направления изучения организационного процесса. Системный подход к физкультурно-спортивной организации. Процесс организации в спорте. Структура и характеристики физкультурно-спортивной организации. Становление нового типа физкультурно-

спортивных организаций в современных социально-экономических условиях. Спортивные и прочие функции организации.

Суть понятия кадровой политики. Особенности кадровой политики в физкультурно-спортивной деятельности учреждений. Элементы и фазы кадровой политики в спорте. Источники кадров и кадровый профессионализм.

Сущность функции руководства в учреждениях физкультурно-спортивной направленности. Специфика руководства в спорте. Характерные черты и знания спортивных руководителей. Типы спортивных руководителей. Стимулирование (мотивация) в спорте. Тренер-преподаватель как стимулирующий фактор. Передача авторитета и полномочий.

Сущность и значение контролирующей функции в физкультурно-спортивной организации. Контроль спортивных функций и процессов.

2.3. Стратегическое управление учреждениями физкультурно-спортивной направленности

Понятие и сущность стратегического управления. Методология стратегического управления. Содержание и взаимосвязь основных понятий стратегического управления: потенциал организации, стратегия организации, конкурентоспособность.

Стратегическое планирование. Сбор и анализ информации о состоянии и перспективах развития физической культуры и спорта. Анализ внутренней и внешней среды. Анализ стратегических альтернатив.

Миссия и цели организации.

Разработка стратегии: характеристика этапов стратегического управления. Шаги определения стратегии. Выбор стратегии.

Реализация стратегии: механизм реализации стратегии. Стадии выполнения стратегии. Области проведения стратегических изменений. Проблемы проведения стратегических изменений. Мобилизация потенциала для выполнения стратегии.

2.4. Маркетинговые стратегии и технология проектирования услуг физической культуры и спорта

Понятие и отличительные маркетинговые характеристики физкультурно-спортивных услуг. Физкультурно-спортивные услуги как товар. Слагаемые физкультурно-спортивной услуги. Коммерческие характеристики услуг спортивных организаций. Критерии классификации и типология физкультурно-спортивных услуг в маркетинге.

Проблемное содержание маркетинговой деятельности, связанной с проектированием и организацией производства физкультурно-спортивных услуг. Разработка замысла физкультурно-спортивных услуг. Формирование и оптимизация ассортимента основных, сопутствующих и дополнительных услуг отрасли «Физическая культура и спорт». Формирование и оптимизация характеристик услуг, предоставляемых физкультурно-спортивными организациями. Жизненный цикл физкультурно-спортивной услуги и характеристика его стадий. Рыночное позиционирование физкультурно-спортивных услуг.

Понятие и аспекты качества услуг. Основные показатели качества физкультурно-спортивных услуг. Методика оценки качества физкультурно-спортивных услуг в рамках маркетинга. Сертификация услуг отрасли «Физическая культура и спорт»: понятие, виды, особенности, преимущества.

Понятие, уровни, виды и особенности конкуренции на рынке отрасли «Физическая культура и спорт». Ведущие типы конкурентных стратегий, реализуемых физкультурно-спортивными организациями. Основные факторы конкурентоспособности физкультурно-спортивных услуг. Методика оценки конкурентоспособности физкультурно-спортивных услуг в рамках маркетинга.

2.5. Варианты решения маркетинговых проблем физкультурно-спортивных организаций

Опыт практического применения маркетинговых технологий физкультурно-спортивными организациями.

Анализ результатов деятельности в области пропаганды и связей с общественностью в системе физической культуры.

Последовательность действий по становлению, организации и развитию маркетинга в физкультурно-спортивной организации. Положение о службе маркетинга. Должностные функции менеджера по маркетингу. Разработка проекта программы маркетинговой ревизии.

Разработка и проведение компьютерной презентации избранной физкультурно-спортивной организации и предоставляемых ею услуг.

Разработка и презентация проекта малобюджетной рекламной кампании избранной физкультурно-спортивной организации. Составление пресс-релиза.

2.6. Управление маркетинговой деятельностью в физкультурно-спортивной организации

Основные элементы управления маркетинговой деятельностью в физкультурно-спортивной организации. Анализ внешней и внутренней среды физкультурно-спортивной организации как элемент управления маркетинговой деятельностью. Понятие и основные компоненты стратегии маркетинга. Концептуальные подходы и схема разработки маркетинговых стратегий: формулировка миссии, выбор и постановка маркетинговых целей, выбор модели рыночного поведения, содержательное формирование стратегии (постановка маркетинговых проблем и определение средств их разрешения), выбор и оценка оптимальных вариантов разрешения маркетинговых проблем, стоящих перед физкультурно-спортивной организацией. Основные показатели эффективности маркетинговой деятельности физкультурно-спортивных организаций.

Организационная структура службы маркетинга в организациях физкультурно-спортивного профиля: понятие, основные функции, этапы проектирования и их содержание. Централизованный и децентрализованный варианты организационной структуры маркетинговой службы: характеристика, преимущества и недостатки.

Последовательность действий по становлению, организации и развитию маркетинга в физкультурно-спортивной организации. Положение о службе маркетинга. Должностные функции менеджера по маркетингу. Основные проблемы и объекты управления маркетингом в физкультурно-спортивной организации.

2.7. Public relations и пропаганда в системе маркетинга физкультурно-спортивных услуг: теория и элементы технологии

Понятие public relations (связи с общественностью). Основные направления public relations в системе физической культуры. Цель и задачи PR-деятельности в физкультурном и олимпийском движении. Основные функции public relations и направления их реализации в физкультурно-спортивной деятельности. Сферы приложения знаний и умений специалиста по физической культуре в области public relations. Этапы развития и становления российского PR.

Основные формы и инструменты организации отношений со средствами массовой информации и коммуникации и их специфика в отрасли «Физическая культура и спорт». Формы и инструментарий организации связей с целевыми аудиториями в системе физической культуры. Пропаганда как форма маркетинговых коммуникаций в системе физической культуры: понятие, цели, основные формы и инструменты. Спонсорство и мероприятия событийного характера как формы маркетинговых коммуникаций в системе физической культуры: понятие, цели, преимущества и недостатки. Приемы установления отношений с государственными и общественными организациями (формирование лобби; приглашение руководителей различного уровня к участию в мероприятиях, организуемых физкультурно-спортивной организацией; лоббизм; консультирование).

Понятие пропагандистских и PR-кампаний. Общие и частные цели пропаганды и связей с общественностью в системе физической культуры. Средства и приемы пропаганды и public relations.

3. Современные требования к делопроизводству

3.1. Новые стандарты по делопроизводству

Организационные принципы документационного обеспечения учреждения физкультурно-спортивной направленности. Состав документационного обеспечения. Составление и оформление документов. Организация делопроизводства в учреждении физкультурно-спортивной направленности.

Законодательное, нормативно-методическое и организационное регулирование делопроизводства учреждений физкультурно-спортивной направленности.

Технология документационного обеспечения деятельности учреждения физкультурно-спортивной направленности. Организация документооборота. Прием и регистрация документов. Контроль исполнения документов. Систематизация документов. Хранение документов. Передача документов в архив.

Автоматизированная система документационного обеспечения деятельности учреждения физкультурно-спортивной направленности.

4. Культура деловой речи

4.1. Основы деловой риторики

Официально-деловой стиль речи, сферы его функционирования. Основные жанры официально-делового стиля речи. Языковые особенности текстов официально-делового стиля.

Публицистический стиль речи, сферы его функционирования. Языковые и речевые особенности публицистического стиля. Устная публичная речь. Правила построения публичного выступления.

Разговорная разновидность литературного языка, ее формы. Параметры общения и их учет при анализе особенностей разговорного стиля.

4.2. Психология и этика делового общения.

Технология точного восприятия партнера по деловому общению. Роль точности восприятия партнера по деловому общению. Психологические механизмы социальной перцепции. Ошибки и эффекты, возникающие при построении образа другого. Приемы и правила построения точного образа партнера по деловому общению.

Приемы и способы эффективной коммуникации с партнером по деловому общению. Сущность межличностной коммуникации. Невербальные и вербальные средства и техники общения.

Технология эффективного воздействия на партнера по деловому общению. Сущность взаимодействия и воздействия в процессе общения. Техники выявления ведущей модальности партнера. Приемы эффективного присоединения и ведения партнера в процессе общения. Нереплексивное и релексивное слушание. Методы и средства воздействия на партнера по деловому общению. Барьеры общения, их выявление и устранение. Особенности взаимодействия с партнерами-манипуляторами.

Самопрезентация и имидж делового человека как факторы эффективного общения. Сущность и виды самопрезентации. Психологические характеристики имиджа и авторитета делового человека. Психологические механизмы влияния имиджа на эффективность делового общения. Технологические схемы формирования действенного имиджа делового человека.

Способы эффективного ведения деловых переговоров.. психологические условия ведения переговоров. Этические нормы переговорного процесса.

Специфика личностно-группового делового общения. Виды личностно-группового общения: публичные выступления, служебные совещания, групповое принятие решений, брифинги и др. психологические условия эффективного осуществления общения делового человека с различными аудиториями.

Этикет и культура поведения делового человека в процессе общения с партнерами. Сущность делового этикета и психологические механизмы его регулирующего воздействия на процесс общения. Правила и культурные нормы общения делового человека по телефону, ведения деловой переписки, поведения в общественных местах.

5. Психология управления

5.1. Руководитель в организации

Руководитель как субъект четырех подсистем организации. Классификация индивидуальных стилей управленческой деятельности в зависимости от особенностей ориентации руководителей в отношении подсистем организации.

Особенности линейного, функционального, штабного и матричного соподчинения в организации. Психологические особенности деятельности руководителя в формальной подструктуре организации.

Управленческие решения. Классификация. Этапы выработки управленческих решений. Психологические причины снижения эффективности управленческих решений.

Управленческое взаимодействие. Коллективный субъект управленческой деятельности (психологическая характеристика). Психологические особенности выработки коллективных и коллегиальных управленческих решений. Психологические методы оптимизации выработки решений.

Руководитель как субъект неформальной подсистемы организации. Психологические и социально-психологические аспекты проблемы лидерства и руководства в организации. Методы неформальной организации в структуре управленческого взаимодействия.

Понятие об индивидуальном стиле деятельности. Влияние свойства личности на адаптацию в коллективе.

5.2. Практикум психологии управления

Выработка процедуры в оценке персонала. Ситуационно-комплексная оценка деятельности руководителя. Построение матрицы профессиографического исследования специалистов отрасли «физическая культура и спорт». Диагностика и самоанализ ценностных ориентаций руководителя. Составление психологического портрета работника определенного типа эго-состояния на основании вербальных выражений.

Деловые игры: ведение деловых переговоров; проведение совещаний, групповых собраний; увольнение работника; прием на работу; аттестация персонала; привлечение работников к подготовке и принятию управленческих решений; оценка степени развития группы, исходя из состояния групповой мотивации; разрешение конфликтной ситуации со сменой ролей «руководитель – подчиненный».

Брейнсторминг: обеспечение работы учреждения физкультурно-спортивной направленности; мотивация работников учреждения; лидерство; работа с группой работников учреждения; характер и природа контроля в учреждении; методы и техника контроллинга.

5.3. Конфликты и их решение в трудовом коллективе

Особенности делового общения в конфликтной ситуации. Психологические характеристики конфликтного взаимодействия. Принципы выбора стратегии поведения в конфликтном взаимодействии. Методы позитивного разрешения конфликтов с деловыми партнерами.

Основы диагностики и предупреждения конфликтов. Особенности и условия прогнозирования и профилактики конфликтов. Технология предупреждения конфликтов. Методы диагностики конфликтов.

Технология разрешения конфликтов. Предупреждение, сдерживание и регулирование конфликтов. Конфликтный медиаторинг. Технология «медиации» в структуре деятельности руководителя.

6. Экономические и правовые основы спортивного менеджмента

6.1. Нормативно-правовая база управления физической культурой и спортом

Законодательное регулирование физической культуры и спорта в России. Закон РФ «О физической культуре и спорту»

Управление физической культурой и спортом на местном уровне. Региональные законы о физической культуре и спорту.

Управление физической культурой и спортом посредством целевых программ.

Организационно-правовые проблемы и перспективы развития образовательных учреждений дополнительного образования детей. Статус образовательного учреждения дополнительного образования детей в системе законодательства РФ. Концепции и механизмы соучредительства образовательных

учреждений ДОД. Государственная регистрация ОУ ДОД. Постановка ОУ ДОД на учет в налоговых органах и внебюджетных фондах.

6.2. Хозяйственно-экономическая деятельность, организация внебюджетной деятельности в области физической культуры и спорта

Законодательное регулирование деятельности ОУ ДОД. Правовые основы экономической деятельности ОУ ДОД. Субъекты благотворительных поступлений и порядок их оформления. Порядок работы с наличными денежными средствами.

Организация финансовой деятельности учреждения физкультурно-спортивной направленности в условиях казначейского исполнения бюджета. Порядок получения и расходования бюджетных средств ОУ ДОД. Методы сметного планирования бюджетной потребности учреждения физкультурно-спортивной направленности. Особенности учета внебюджетных средств. Особенности взаимодействия ОУ ДОД с Централизованной бухгалтерией.

Организация предпринимательской деятельности образовательного учреждения дополнительного образования детей. Понятия о платных услугах учреждения физкультурно-спортивной направленности. Бизнес-план финансово-экономической деятельности ОУ ДОД. Основные этапы организации платных услуг. Правомочия и организация деятельности ОУ ДОД в области арендных отношений.

Особенности применения налогового кодекса в деятельности учреждения физкультурно-спортивной направленности. Права и обязанности ОУ ДОД как налогоплательщика и налоговых органов. Порядок проведения налоговых проверок. Налоговые санкции и налоговые сборы. Административная ответственность должностных лиц.

Налогообложение результатов финансово-хозяйственной деятельности учреждений физкультурно-спортивной направленности.

7. Основы медицинской подготовки и безопасности жизни

7.1. Концепция курса «Основы медицинской подготовки и БЖ»

Место предмета «Основы медицинской подготовки и БЖ» в образовании и его состояние. Определение личности безопасного типа. Цель и задачи предмета. Документальная и законодательная база курса. Основные угрозы от природы и жизнедеятельности. Основные принципы формирования содержания курса. Объем и структура предмета.

7.2. Современный комплекс проблем безопасности

Понятие безопасности. Объекты и субъекты безопасности. Виды безопасности: политическая, социокультурная, социальная, экономическая, техногенная, военная, экономическая, информационная. Источники опасности.

7.3. Понятия ЧС и ЭС. Первоочередные действия при аварии на Белоярской АЭС. Основные АХОВ г. Нижний Тагил

Определение понятий «чрезвычайная ситуация» и «экстремальная ситуация». Алгоритм действий в чрезвычайной ситуации, связанной с аварией на Белоярской атомной электростанции. Наиболее распространенные и опасные аварийно-химически опасные вещества в г. Нижний Тагил – хлор и аммиак. Их краткая характеристика, признаки отравления, средства индивидуальной защиты. Оказание первой медицинской (доврачебной) помощи при поражении АХОВ (хлор и аммиак).

7.4. Здоровье и здоровый образ жизни

Определение понятий «здоровье» и «здоровый образ жизни». Основные критерии здоровья. Две сферы образа жизни. Интегрированный характер понятия «здоровье» (схема, рисунок). Характеристика медицинской активности. Анкета продолжительности жизни. Основные заповеди здорового образа жизни.

7.5. Нетрадиционные системы оздоровления

Цветовые сигналы личности (цветодиагностика). Живая энергия цвета. Влияние цвета на жизнедеятельность человека. Недостаток цвета в организме людей в соответствии с их знаками зодиака. Психофизиологическая саморегуляция (релаксация, медитация, психофизическая тренировка). Звуки, несущие здоровье. Звуки против болезней. Аромаоздоровление. Правила пользования эфирными маслами. Эфирные масла для профилактики состояний здоровья. Ароматы по знакам зодиака. Музыкаоздоровление. Фитооздоровление. Правила фитооздоровления. Минимальный перечень лекарственных растений и сборов, применяемых в фитотерапии. Массаж точек и рефлексогенных зон. Активизация интеллектуальной деятельности человека.

7.6. Оказание первой медицинской помощи при кровотечениях, травмах, ранах и пр.

Основные принципы оказания первой доврачебной помощи. Некоторые методики по оказанию первой помощи при неотложных состояниях. Общие правила поведения при кровотечениях. Первоочередные действия при оказании первой медицинской (доврачебной) помощи при различных видах кровотечений. Последовательность действий при наружных видах кровотечений (схема). Внутреннее кровотечение: что можно делать и что нельзя, основные симптомы, первоочередные действия. Профилактика осложнений и доврачебная помощь при травмах. Методы и способы иммобилизации. Основные теоретические и практические положения. Профилактика и первая доврачебная помощь при поражении органов инородными телами.

Требования к уровню освоения содержания программы

Слушатель, освоивший полный курс образовательной программы повышения квалификации должен знать:

- основные социально-педагогические аспекты управления физическим воспитанием и спортом;
- основы законодательства и нормативные требования по вопросам физической культуры и спорта, программно-нормативные основы дополнительного образования;
- инновационные технологии проведения физкультурно-оздоровительных и спортивно-массовых мероприятий;
- сущность и особенности, а также принципы и методы маркетинговой деятельности в системе физической культуры;
- современные концепции менеджмента и маркетинга в физкультурно-спортивной деятельности;
- основные направления, содержание, методы и процедуры маркетинговой деятельности, связанной с проектированием и организацией производства услуг отрасли «Физическая культура и спорт»;
- основные понятия, аспекты, показатели и принципиальную схему оценки качества физкультурно-спортивных услуг в рамках менеджмента и маркетинга;
- основные должностные функции менеджера по маркетингу и последовательность действий по становлению, организации и развитию маркетинга в организации физкультурно-спортивного профиля;
- групповую динамику и особенности межличностных отношений в группах;
- особенности формальных и неформальных отношений, природу лидерства и функциональной ответственности;
- механизм возникновения и разрешения социальных конфликтов;
- основы медицинской подготовки и безопасности жизни.

Слушатель, освоивший полный курс образовательной программы должен

уметь:

- управлять социально-педагогическими аспектами в области физической культуры и спорта;
- провести на высоком организационном уровне спортивно-массовые и физкультурно-оздоровительные мероприятия;
- проектировать (прежде всего малобюджетные) коммуникативные акции (в области рекламы, пропаганды, связей с общественностью (public relations), брендинга и др.) для организаций и учреждений физкультурно-спортивного профиля;
- проводить маркетинговые исследования на рынке физкультурно-спортивных услуг (включая анализ окружающей маркетинговой среды и оценку конъюнктуры рынка данных услуг);
- проектировать предложения физкультурно-спортивных услуг (по замыслу, основным параметрам, ассортименту, качеству и уровню конкурентоспособности);
- оценивать уровень качества физкультурно-спортивных услуг в рамках маркетинга;
- разрабатывать стратегию маркетинговой деятельности организаций физкультурно-спортивной направленности;
- выполнять основные функции менеджмента в спорте;
- разрабатывать положение о службе маркетинга и проектировать организационную структуру маркетинговой службы организации физкультурно-спортивной направленности;
- оказать первую медицинскую (доврачебную) помощь при чрезвычайных и экстремальных ситуациях.

Слушатель, освоивший полный курс образовательной программы

должен владеть навыками:

- социально-педагогического менеджмента, физического воспитания и социализации молодежи;

- организации и проведения физкультурно-оздоровительных и спортивно-массовых мероприятий среди детей, подростков, учащейся молодежи и взрослого населения;
- консультирования, проведения бесед с детьми, подростками и молодежью по организации самостоятельной физкультурной деятельности, семейного досуга с элементами видов спорта и т.д.;
- организации отношений со средствами массовой информации и различными целевыми аудиториями;
- проектирования и реализации мероприятий в области формирования спроса и стимулирования сбыта физкультурно-спортивных услуг;
- анализа и оценки коммуникативной, рыночной и социально-педагогической эффективности программ для организаций и учреждений физкультурно-спортивной направленности.
- осуществления маркетинговой деятельности физкультурно-спортивных организаций и учреждений;
- подготовки текстовых документов в управленческой деятельности;
- официально-деловой письменной речи, международными и национальными стандартами видов и разновидностей служебных документов;
- приема и отбора языкового материала в соответствии с различными видами речевого общения;
- редактирования текстов, ориентированных на ту или иную форму речевого общения.

Перечень учебно-методического обеспечения образовательной программы

Для обеспечения данной образовательной программы требуются:

- учебная аудитория, оборудованная для проведения лекционных и семинарских занятий;
- аудиовизуальные, технические и компьютерные средства обучения: цифровые фотоаппараты и видеокамеры, компьютеры, оснащенные программными пакетами: Excel for Windows- пакет программ для создания статистических таблиц, диаграмм, графиков, обработки первичной маркетинговой информации методом средних величин; Word for Windows – пакет программ для текстового форматирования и иллюстрирования отчетов по итогам проведенных маркетинговых исследований; PowerPoint – пакет программ для создания презентаций; Photoshop, мультимедийный проектор, экран;
- законодательные акты, основные нормативно-правовые документы, законы, подзаконные акты в сфере физической культуры и спорта на федеральном, региональном и местном уровнях;
- основные концептуальные документы федерального, регионального и местного уровней в области менеджмента и маркетинга;
- наглядные пособия: раздаточные материалы (таблицы, рисунки, схемы), мультимедийные и видеоматериалы;
- учебно-методическая литература по менеджменту и маркетингу физической культуры и спорта, теории и методике физического воспитания, социологии физической культуры и спорта, психологии управления, делопроизводству, экономике физической культуры и спорта и др.;
- учебные и методические пособия, тестирующие материалы, карточки раздаточного материала, периодическая и научная литература, доступ к библиотечным и сетевым источникам информации;
- серия методических рекомендаций по организации физкультурно-спортивной деятельности, оздоровительной работы в учреждениях физкультурно-спортивной направленности;
- библиографические указатели по темам;

- разработки сценариев различных физкультурно-оздоровительных и спортивно-массовых мероприятий;
- примеры Положений о соревнованиях;
- развернутые планы (схемы) проведения спортивно-массовых и физкультурно-оздоровительных мероприятий;
- примеры объявлений, оформления помещений и т.п.;
- варианты анкет, опросников; варианты отчетной документации (по итогам года, проверки, командировки и т.п.).
- контент-анализ материалов средств массовой информации.

Список литературы
Менеджмент и маркетинг

1. Алешин В.В., Переверзин И.И. Менеджмент и маркетинг на европейских стадионах. - М.: Советский спорт, 1999. – 168с.
2. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. - СПб: Издательство "Питер", 1999. – 345с.
3. Ансофф И. - Стратегическое управление - М.: Экономика, 1989. – 267с.
4. Антипов К.В., Баженов Ю.К. Паблик рилейшнз для коммерсантов: Учебно-практическое пособие.- М.: Дашков и К", 2004. – 242с.
5. Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х.П. Маркетинг: Учебник. -СПб.: Питер, 2005.- 321с.
6. Батра Р., МайерсДж., АакерД. Рекламный менеджмент: Пер. с англ. - 5-е изд. – М: СПб.; Киев: Вильяме, 1999. – 348с.
7. Белявский И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: Учеб. пособие. - М.: Финансы и статистика, 2004. – 242с.
8. Блэк С. Паблик рилейшнз. Что это такое?: Пер. с англ. - М.: Новости - АСЭС - Москва, 1990. – 179с.
10. Бляхман Л.С., Галенко В.П., Минкин А.В. Введение в менеджмент.-Учебное пособие. - СПб.: СПбУЭФ, 1994. – 342с.
11. Васильев М.А. Паблик рилейшнз в России: организация и документы. - СПб.: Бизнес-Пресса, 2000. – 341с.
12. Вернет Дж., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход. - СПб.: Питер, 2001. – 265с.
13. Виханский О.С. - Стратегическое управление - М.: Гардарики, 2003. – 317с.
14. Виханский О.С. Наумов А.И. - Менеджмент - М.: Гардарики, 2003. – 189с.
15. Галкин В.В. Экономика спорта и спортивный бизнес: Учеб. пособие. - М.: КНОРУС, 2006. – 254с.
16. Голубкова Е.Н. Маркетинговые коммуникации. - М.: Фин-пресс, 2000. – 154с.
17. Гуськов С.И. Спорт и маркетинг. - М.: Вагриус, 1995. – 312с.
18. Гуськов С.И. Спортивный маркетинг. - Киев: Олимпийская литература, 1995. – 321с.

19. Дайан А., Троядек А. Стимулирование сбыта и реклама в месте продажи. - М.: Прогресс, 1994. – 264с.
20. Дайан А. Реклама: Пер. с фр. - М.: Прогресс, 1993. – 252с.
21. Дудов В.А., Степанова О.Н. Маркетинг в сфере физической культуры и спорта: содержание, стратегии, коммуникации: Монография. - М.: Изд-во РАГС при Президенте РФ, 2003. – 421с.
22. Дудов В.А., Степанова О.Н. Сфера услуг физической культуры и спорта: формирование маркетинговой стратегии: Учеб.-метод. пособие. - М.: Изд-во РАГС при Президенте РФ, 2001. – 242с.
23. Дурович А.П. Основы маркетинга: Учеб. пособие. - М.: Новое знание, 2004. - 267с.
24. Жолдак В.И., Сейранов С.Г. Менеджмент. – М.: Советский спорт, 1999. – 527с.
25. Жолдак В.И., Сейранов С.Г. Введение в социологию менеджмента физической культуры и спорта. – М.: изд-во «Петровский парк», 2002. – 320с.
26. Жолдак В.И., Квартальнов В.А. Основы менеджмента в спорте и туризме. Т.2. Социально-педагогические основы: Учебник. – М.: Советский спорт, 2002. – 184с.
27. Жолдак В.И., Сейранов С.Г. Социология менеджмента физической культуры и спорта. - М.: Советский спорт, 2003. – 384с.
28. Завьялов П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах: Учеб. пособие. - М.: ИНФРА-М, 2000. – 268с.
29. Золотов М.И., Кузин В.В., Кутепов М.Е. Менеджмент и маркетинг в спорте: Краткий словарь-справочник. - М.: Школа спортивного бизнеса ГЦОЛИФК, 1991. – 389с.
30. Золотов М.И., Кузин В.В., Кутепов М.Е., Сейранов С.Г. Настольная книга спортивного менеджера: Справ, пособие. - М.: ФОН, 1997. – 342с.
31. Зубарев В.А., Сучилин А.А. Менеджмент и маркетинг в сфере физической культуры и спорта: Учеб. пособие. - Волгоград: Перемена, 1998. – 272с.
32. Зубарев В.А., Шамардин А.И., Москвичев Ю.Н., Ростокин В.А. Маркетинг спортивных услуг: Учеб. пособие. - Волгоград: ВГАФК, 1999. – 352с.
33. Картер Г. Эффективная реклама. - М.: Прогресс, 1996.- 213с.
34. Колесник М. Менеджмент (конспект лекций). – М., Приор, 2001г. – 144с.

35. Котлер Ф. Маркетинг Менеджмент – СПб.: Питер, 2001г. – 752с.
36. Конти Т. Качество: упущенная возможность? / Пер. с итал. В.Н. Загребельного. - М.: Стандарты и качество, 2007. - 356с.
37. Корольков В.Г. Основы паблик рилейшнз. - М.; Киев: Ваклор, 2000. – 324с.
38. Котлер Ф. Маркетинг в третьем тысячелетии: Как создать, завоевать и удержать рынок: Пер. с англ. - М.: АСТ, 2000. – 421с.
39. Котлер Ф., Армстронг Г., СондерсДж., Вонг В. Основы маркетинга: Пер. с англ. - 2-е европ. изд. - М.; СПб.; Киев: Вильяме, 1999. – 367с.
40. Крылов И.В. Управление маркетинговыми коммуникациями в России. - М.: ЮРАЙТ, 1998. – 326с.
41. Кутепов М.Е. Маркетинг в зарубежном спорте: Учеб. пособие. - М.: Школа спортивного бизнеса ГЦОЛИФК, 1993. – 327с.
42. Лебедева Т.Ю. Паблик рилейшнз. Корпоративная и политическая режиссура: модели, система ценностей, каналы средств массовой коммуникации. - М.: МГУ им. М.В. Ломоносова, 1999. – 326с.
43. Маркетинг: Хрестоматия / Под общ. ред. В. И. Видяпина. - СПб.; М.: Питер; РЭА им. Г.В. Плеханова, 2004. – 453с.
44. Менеджмент и экономика физической культуры и спорта: Учеб. пособие / В.В. Кузин, М.Е. Кутепов, М.И. Золотев, С.Г. Сейранов; Под ред. В.В. Кузина. - М.: Академия, 2001. - 432с.
45. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: Пер. с англ. - М.: Дело, 1995. – 704с.
46. Михалева Е.Л. Маркетинг: Пособие для сдачи экзамена. - М.: Юрайт-Издат, 2005. – 347с.
47. Музыкант В.Л. Теория и практика современной рекламы. -М.: Евразийский регион, 1998. – 189с.
48. Низяева Т.Е., Подливаева М.Б. Спортивный клуб: маркетинг, реклама, бизнес. - М.: ФОН, 1998. – 356с.
49. Ноздрева Р.Б., Крылова Г Д., Соколова М.И. Маркетинг: Учеб. пособие. - М.: Велби; Проспект, 2005. – 345с.
50. Панкрухин А.Л. Маркетинг: Учебник. - М.: Омега-Л, 2002. – 256с.

51. Пашенцев Е.Н. Паблик рилейшнз: от бизнеса до политики. - М.: СИМЗ, 2000. – 231с.
52. Переверзин И.И. Менеджмент спортивной организации: Учеб. пособие. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: СпортАкадемПресс, 2002. – 345с.
53. Переверзин И.И. Искусство спортивного менеджмента. - М.:Советский спорт, 2004. – 348с.
54. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз для профессионалов. - М.; Киев: Ваклор, 2000. - 213с.
55. Починкин А.В., Какузин В.А. Экономика физической культуры и спорта: Учеб. пособие. - 2-е изд., перераб. и доп. - Малаховка: МГАФК, 2004. – 421с.
56. Пронников В.А. Управление персоналом в Японии. – М.: Наука, 1989. – 234с.
57. РиВелл Дж.Б. Главное о качестве. Справочник от А до Я / Пер. с англ. А.Л. Раскина; под науч. ред. В.Л. Шпера. - М.: Стандарты и качество, 2006. – 256с.
58. Росситер Дж. Р., Перси Л. Реклама и продвижение товаров: Пер. с англ. / Под ред. Л.А. Волковой. - СПб.: Питер, 2000. – 367с.
59. Сендидж Ч. Реклама: теория и практика. - М.: Сирин, 2001. – 256с.
60. Синяева И.М. Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности. - М.: ЮНИТИ, 2004. – 269с.
61. Синяева И.М., Земляк С.В., Синяев В.В. Маркетинговые коммуникации: Учебник / Под ред. Л.П. Дашкова. - М.: Дашков и К", 2005. – 262с.
62. Смирнов Е.Л. Справочное пособие по НОТ. - 2-е изд., доп. и перераб. - М.: Экономика, 1981. – 408с.
63. Степанова О.Н. Качество услуг физической культуры и спорта в рамках маркетинга: Учеб. пособие. - М.: МПГУ, 2002.
64. Степанова О.Н. Маркетология спорта: инструментарий социолога: Учеб. пособие. - М.: Советский спорт, 2003. – 197с.
65. Степанова О.Н. Субъекты маркетинговых отношений в сфере услуг физической культуры и спорта: Учеб. пособие. - М.: Прометей, 2002. – 256с.
66. Степанова О.Н., Дудов В.А. Сущность и особенности маркетинга услуг физической культуры и спорта. - М.: Изд-во РАГС при Президенте РФ, 2001. – 342с.

67. Степанова О.Н. Маркетинг в сфере физической культуры и спорта: Монография. - М.: Советский спорт, 2007. – 341с.
68. Татевосов К.Г. Основы оперативно-производственного планирования на машиностроительном предприятии: Учебник для студентов вузов, обучающимся по специальности «Экономика и организация машиностроительной промышленности». 2-е изд. Перераб. И доп. – Л.: Машиностроение, 1985. – 367с.
69. Томбовцев В.Л. Анализ целей в управлении общественным производством – М.: Экономика, 1982. – 178с.
70. Уэлс У., Бернет Дж., Мориарти С. Реклама: принципы и практика: Пер. с англ. - СПб.: Питер, 1999. – 361с.
71. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. - М.: ИНФРА-М, 2000. – 272с.
72. Федько Н.Г., Федько В.П. Маркетинговые коммуникации: Учеб. пособие. - Ростов н/Д: Феникс, 2002. – 373с.
73. Черчилль Г.А. Маркетинговые исследования. - СПб.: Питер, 2000. – 367с.
74. Чумиков А.Н. Связи с общественностью: Учеб. пособие. - М.: Дело, 2000. – 354с.
75. Шааф Ф. Спортивный маркетинг: Теперь это не просто игра. - М.: Филинь, 1998.
- Шандезон Ж. Методы продажи. - М.: МТ-Пресс, 2002. – 321с.
76. Шеллен Ф.М. Психология продаж: что нужно знать, чтобы завоевать клиента. - М.: Интерэкспорт, 2003. – 328с.
77. Шипунов В.Г., Кишкель Е.Н. Основы управленческой деятельности: Учеб. для сред. спец. учеб. заведений. - М.: Высш. шк., 1996. – 271с.
78. Шуляк П.Н. Ценообразование: Учеб. пособие. - М.: Дашков и К', 2003. – 189с.

Психология

1. Андреева Г.М. Социальная психология. – М., 1996. – 326с.
2. Айви А. Лицом к лицу. Практическое пособие для освоения приёмов и навыков делового общения. – Новосибирск: ЭКОР, 1994. – 356с.
3. Берн Э. Игры в которые играют люди. – СПб., 1992. – 187с.
4. Бобнева М.И. Социальные нормы и регуляция поведения. – М., 1978. – 327с.
5. Бодалев А.А. Личность и общение. – М., 1983. – 189с.

6. Бодалев А.А. Психология межличностного общения. – Рязань, 1994. – 256с.
7. Гарнер А. Язык разговора / А. Гарнер, А. Пиз. – М.: Эксмо-Пресс, 2000. – 328с.
8. Гозман Л.Я. Психология эмоциональных отношений. – М., 1987. – 264с.
9. Горелов И.Н. Невербальные компоненты коммуникации. – М.: Наука, 1980. – 198с.
10. Горянина В.А. Психология общения: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. – М.: «Академия», 2002. – 416с.
11. Дикунов А.М., Костихина Н.М. Педагогическое мастерство: Учебное пособие. – Омск: ОГИФК, 1994. – 124с.
12. Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. – М., 1997. – 234с.
13. Ерастов Н.П. Психология общения. – Ярославль, 1979. – 324с.
14. Жуков В. Коммуникативная компетентность. – М., 1991. – 342с.
15. Зарайский Д.А. Управление чужим поведением: технология личного психологического влияния. – Дубна: Феникс, 1997. – 256с.
16. Кроник А.А., Кроник Е.А. Психология человеческих отношений. – М., 1998. – 234с.
17. Куницина В.Н. Социальная компетентность и социальный интеллект: структура, функции, взаимоотношение // Теоретические и прикладные вопросы психологии. – СПб, 1995, с. 12-23.
18. Лисенкова Л.Ф. Психология и этика деловых отношений: Учебное пособие для экономистов. – М.: Ин-т практ. психологии, 1998. – 247с.
19. Мясищев В.Н. Психология общения и отношений // Избр. психологические труды. – М.: Воронеж, 1998. – 425с.
20. Межличностное общение / Под ред. Куницинной В.Н., Казариновой Н.В., Погольши В.М. Учебник для Вузов. – СПб: Питер, 2001. - 324с.
21. Найн А.Я. Культура делового общения. – Челябинск: Версия, 1997. – 345с.
22. Психология и этика делового общения: Учебник для Вузов / 3-е изд. – М.: ЮНИТИ, 2000. – 324с.

23. Петровская Л.А. Компетентность в общении: Социально-психологический тренинг. – М., 1989. – 245с.
24. Пиз А. Язык телодвижений: как читать мысли других по их жестам. – М., 1996. – 345с.
25. Психология. Учебник. – М.: Проспект, 1999. – 325с.
26. Сафонов В.С. О психологии доверительного общения // Проблема общения в психологии. – М., 1981, с. 34-56.
27. Сидоренко Е.В. Личностное влияние и противостояние чужому влиянию // Психология и проблемы самореализации личности. – СПб., 1997, с. 34-58.
28. Скрипкина Т.П. Психология доверия. – Ростов. – н/Д., 1997. – 267с.
29. Тарасова И.П. Речевое общение, толкуемое с юмором, но всерьёз. – М., 1992. – 267с.
30. Шостом Э. Анти-Карнеги, или человек-манипулятор. – Минск: Полифакт., 1992. – 263с.
- 31.Юри У. Преодолевая «Нет» или переговоры с трудными людьми. – М., 1993. – 256с.
32. Экман П. Психология лжи. – СПб.: 1999. – 362с.
33. Ягер Д. Деловой этикет. – М., 1994. – 327с.

Право

1. Братановский С. Н. Административное право России. М.: ПРИОР. 2005. – 256с.
2. Васин В. Н., Казанцев В. И. Трудовое право. М.: Академия. 2008. – 328с.
3. Васин В.Н., Казанцев В.И. Гражданский процесс, М.:Академия, 2008. – 267с.
4. Исаев А.А. Спортивная политика России. – М.: Советский спорт, 2002. – 512с.
5. Меньшов В.Л. Основы права. Учебное пособие (Серия: Профессиональное образование») (Гриф) Инфра-М, М.: Форум, 2008. – 356с.
6. Миронов А.Н. Административное право. М.: Форум, 2008. – 452с.
7. Нормативное правовое обеспечение сферы физической культуры и спорта: реализация стратегии реформирования отрасли на рубеже веков: Документы и материалы (1999-2002 годы) /Автор-составитель П.А.Рожков. – М.: Советский спорт, 2002. – 1040с.

8. Постановление Правительства Российской Федерации от 11.01.2006 г., №7 «Об утверждении Федеральной целевой программы «Развитие физической культуры и спорта в РФ на 2006-2015 годы» (с изменениями и дополнениями), 74с.
9. Постановление Правительства Свердловской области от 12.10.2001, №1232-ПП «Об утверждении Концепции «Сбережение населения Свердловской области на период до 2015 года», 67с.
10. Постановление Правительства Свердловской области от 27.08.2008 г., №873-ПП «Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Свердловской области до 2020 года», 48с.
11. Постановление Правительства Свердловской области от 11.10.2010г., №1481-ПП «Об утверждении областной целевой программы «Развитие физической культуры и спорта в Свердловской области на 2011-2015 годы», 87с.
12. Постановление Администрации города Нижний Тагил от 23.11.2009г., №2166 «Об утверждении Концепции развития физической культуры и спорта в городе Нижний Тагил на 2010-2015 годы», 34с.
13. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 07.08.2008 г. , №1101-р «Об утверждении Стратегии развития физической культуры и спорта в Российской Федерации до 2020 года», 132с.
14. Румынина В.В. Правовое обеспечение профессиональной деятельности, М.: Академия, 2009. – 324с.
15. Сборник нормативно-правовых актов, регулирующих деятельность спортивных школ / М-во по физ.культуре, спорту и туризму. Свердловской области, ГОУ СПО СО «Училище олимпийского резерва № 1». – Екатеринбург: Изд-во АМБ, 2007. – 362 с.
16. Смоленский М.Б. Основы права. Ростов-на Дону: Феникс, 2008. – 342с.
17. Смоленский М.Трудовое право РФ /Учебник. Ростов/на Дону: Феникс,2008. - 234с.
18. Справочник работника физической культуры и спорта: нормативные правовые и программно-методические документы, практический опыт, рекомендации /Автор-составитель А.В.Царик. – М.: Советский спорт, 2002. – 700с.

19. Уловистова Н.В. Нормативно-правовое регулирование в сфере физической культуры и спорта. – М.: Советский спорт, 2003. – 148с
20. Федеральный закон Российской Федерации от 06.10.2003г., №131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», 134с.
21. Федеральный закон Российской Федерации от 04.12.2007г., №329-ФЗ «О физической культуре и спорте в Российской Федерации», 67с.

АННОТАЦИЯ

Разработка содержания и структуры данной программы основывалась на современных взглядах и принципах, принятых в теории и практике менеджмента и маркетинга физической культуры и спорта, к которым можно отнести:

- организационно-педагогические и социологические аспекты физической культуры и спорта;
- социально-педагогические аспекты управления;
- управление персоналом;
- основы конфликтологии;
- развитие физкультурного образования в условиях рыночных отношений.

При подготовке программы учтены общепринятые в теории и практике менеджмента и маркетинга, а также социологии физической культуры и спорта методологические подходы к передаче теоретического, практического и социального опыта, включающие в себя три подсистемы, интегрирующие содержание всех видов занятий:

- информационную, обеспечивающую передачу совокупности знаний;
- мотивационную, формирующую отношения, запросы, цели, планы личности;
- операционную, обеспечивающую формирование умений, навыков и способов действий в области менеджмента и маркетинга физической культуры и спорта.

Логика избранного подхода разработки данной программы объясняется следующим:

- необходимостью освоения слушателями программы умений и навыков работы с контингентом разного возраста (от дошкольников до взрослого населения);
- требованиями к разносторонней подготовке педагогических работников учреждений физкультурно-спортивной направленности в области менеджмента и маркетинга.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ

Касаткина Галина Михайловна

Образование высшее, общий стаж работы – 51 год, педагогический стаж – 51 год, директор муниципального бюджетного учреждения «Информационно-методический центр по физической культуре и спорту», кандидат педагогических наук, доцент.

Тел. раб.: 8 (3435) 42-14-15

Сот. тел.: 8 (906) 856-30-81.

Домашний адрес:

622001, г. Нижний Тагил, Свердловской обл.,

ул. Газетная, д. 54, кв. 29.

Тел. дом.: 8 (3435) 41-46-65