УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_О.Ю.Остальцева

**ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ**

для специальности 1-88 02 01-02 Спортивно-педагогическая деятельность (менеджмент в спорте)

1. Интеллектуальная собственность как инструмент инновационного развития в сфере физической культуры и спорта.
2. Объекты интеллектуальной собственности в деятельности субъектов физической культуры и спорта.
3. Объекты интеллектуальной собственности как основа бренда спортивной организации.
4. Использование товарных знаков в спортивной индустрии.
5. Объекты права промышленной собственности и особенности их использования в сфере физической культуры и спорта.
6. Национальный спортивный брендинг как инструмент формирования имиджа государства.
7. Менеджмент интеллектуальной собственности спортивной организации: особенности и перспективы.
8. Развитие критериев оценки эффективности деятельности организации физической культуры и спорта.
9. Совершенствование инструментов развития организации физической культуры и спорта в конкурентной среде.
10. Формирование имиджа и управление репутацией организации физической культуры и спорта.
11. Совершенствование процессов организации и проведения спортивного мероприятия (на примере конкретного турнира).
12. Источники и способы привлечения дополнительного финансирования организаций физической культуры и спорта.
13. Оценка международного опыта менеджмента организаций физической культуры и спорта.
14. Оценка эффективности менеджмента профессионального спортивного клуба (на примере конкретной организации).
15. Совершенствование аспектов управления предпринимательской деятельностью в спорте.
16. Условия реализации интегрированных маркетинговых коммуникаций в сфере физической культуры и спорта.
17. Реклама как базовая составляющая комплекса маркетинговых коммуникаций в сфере физической культуры и спорта.
18. Методический инструментарий оценки эффективности рекламных инструментов маркетинговых коммуникаций в сфере физической культуры и спорта.
19. Основные каналы маркетинговых коммуникаций в маркетинге спорта.
20. Влияние поведенческой экономики на интегрированные маркетинговые коммуникации в сфере физической культуры и спорта.
21. Психологический и социальный аспект интегрированных коммуникаций в сфере физической культуры и спорта.
22. Инновационные маркетинговые технологии и инструменты продвижения в сфере физической культуры и спорта.
23. Управление интегрированными маркетинговыми коммуникациями на рынке физкультурно-оздоровительных услуг.
24. Фирменный стиль и брендинг в сфере физической культуры и спорта как основа коммуникаций в гибком маркетинге
25. Процесс и инструментарий осуществления связей с общественностью в сфере физической культуры и спорта.
26. Сущность и значение фирменного стиля в комплексе маркетинговых коммуникаций организации в сфере физической культуры и спорта.
27. Оценка уровня конкурентоспособности услуг организации физической культуры и спорта (на примере конкретной организации ФКиС).
28. Ребрендинг как маркетинговый инструмент повышения конкурентоспособности организации (на примере конкретной организации ФКиС).
29. Ребрендинг как инструмент улучшения имиджа организации (на примере конкретной организации ФКиС).
30. Маркетинговая стратегия формирования спроса на услуги организации физической культуры и спорта (на примере конкретной организации ФКиС).
31. Программа лояльности как фактор конкурентного преимущества организации физической культуры и спорта (на примере конкретной организации ФКиС).
32. Программа лояльности как способ продвижения физкультурно-оздоровительных услуг.
33. Управление жизненным циклом товара /услуги организации физической культуры и спорта (на примере конкретной организации ФКиС).
34. Разработка и планирование маркетинговой стратегии организации физической культуры и спорта (на примере конкретной организации ФКиС).
35. Организация спортивных соревнований: маркетинговая стратегия (на примере конкретной организации ФКиС).
36. Формирование продуктовая политики организации физической культуры и спорта (на примере конкретной организации ФКиС).
37. Маркетинговый анализ деятельности организации физической культуры и спорта.
38. Формирование ценовой политики организации физической культуры и спорта.
39. Внебюджетное финансирование физической культуры и спорта: характеристика направлений.
40. Бюджетное финансирование физической культуры и спорта: характеристика направлений.
41. Разработка спонсорского предложения (коммерческого предложения, спонсорского пакета) организации физической культуры и спорта.
42. Мерчендайзинг как фактор влияния на поведение потребителей услуг организаций физической культуры и спорта.
43. Формирование стиля управления организацией физической культуры и спорта (на примере конкретной организации ФКиС).
44. Совершенствование структуры управления организацией физической культуры и спорта (на примере конкретной организации ФКиС).
45. Развитие волонтерства в сфере физической культуры и спорта Республики Беларусь.
46. Формирование стратегии развития фитнес-клуба (на примере конкретной организации ФКиС).
47. Формирование ценовой политики организации физической культуры и спорта (на примере конкретной организации ФКиС).
48. Защита трудовых прав профессиональных игроков (на примере конкретной организации ФКиС).
49. Разработка рекламной кампании организации физической культуры и спорта (на примере конкретной организации ФКиС).
50. Продвижение спортивных товаров и услуг на рынке организации физической культуры и спорта (на примере конкретной организации ФКиС).
51. Формирование товарной политики организации физической культуры и спорта (на примере конкретной организации ФКиС)
52. Управление персоналом в организации физической культуры и спорта и пути повышения эффективности его деятельности (на примере конкретной организации ФКиС).
53. Система методов управления персоналом и направления их совершенствования (на примере конкретной организации ФКиС).
54. Система методов управления организацией физической культуры и спорта и направления их совершенствования (на примере конкретной организации ФКиС).
55. Формирование кадровой политики организации физической культуры и спорта и разработка механизма ее реализации (на примере конкретной организации ФКиС).
56. Разработка кадровой стратегии организации физической культуры и спорта и механизма ее реализации (на примере конкретной организации ФКиС).
57. Деловая оценка в системе управления персоналом организации физической культуры и спорта и совершенствование механизма ее реализации (на примере конкретной организации ФКиС).
58. Формирование и развитие корпоративной культуры организации физической культуры и спорта (на примере конкретной организации ФКиС).
59. Совершенствование системы мотивации труда персонала в организации физической культуры и спорта (на примере конкретной организации ФКиС).
60. Совершенствование управления конфликтами в организации физической культуры и спорта (на примере конкретной организации ФКиС).
61. Мотивация труда работников в организации физической культуры и спорта и пути ее совершенствования в современных условиях (на примере конкретной организации ФКиС).
62. Разработка стратегии развития организации физической культуры и спорта и механизма ее практической реализации (на примере конкретной организации ФКиС).
63. Оценка эффективности обучения персонала в организации физической культуры и спорта (на примере конкретной организации ФКиС).
64. Управление деловой карьерой и служебно-профессиональным продвижением в организации физической культуры и спорта (на примере конкретной организации ФКиС).
65. Структура управления организацией физической культуры и спорта и направления ее совершенствования (на примере конкретной организации ФКиС).
66. Система управления организацией физической культуры и спорта: анализ состояния и пути совершенствования (на примере конкретной организации ФКиС).
67. Повышение эффективности деятельности организации физической культуры и спорта на основе совершенствования кадрового менеджмента (на примере конкретной организации ФКиС).
68. Совершенствования организации труда персонала организации физической культуры и спорта (на примере конкретной организации ФКиС).
69. Анализ возможностей применения информационных технологий в определенном виде спорта.
70. Разработка рекомендаций по совершенствованию продвижения организации в сети Интернет (на примере конкретной организации).
71. Анализ возможностей применения CRM-систем в работе организации физической культуры и спорта.
72. Анализ возможностей мобильных приложений для продвижения товаров и услуг организаций физической культуры и спорта.
73. Организационно-правовой аспект подготовки и проведения мероприятий в сфере физической культуры и спорта.
74. Правовой режим видов спорта в Республике Беларусь.
75. Правовая регламентация функционирования физкультурно-спортивных сооружений.
76. Организационно-правовой аспект функционирования организаций физической культуры и спорта (на примере определенной организации (группы организаций) физической культуры и спорта).
77. Организационно-правовой аспект подготовки спортивного резерва и спортсменов высокого класса в Республике Беларусь.
78. Организационно-правовой аспект обеспечения безопасности при проведении мероприятий в сфере физической культуры и спорта.
79. Правовая регламентация кадрового обеспечения в сфере физической культуры и спорта.
80. Регулирование деятельности спортивных агентов (на примере определенного вида спорта).
81. Договорное регулирование в сфере физической культуры и спорта.
82. Фандрайзинг в сфере физической культуры и спорта.

Рассмотрен на заседании кафедры от 15.09.2023 г. протокол №2.