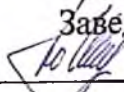


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
“ПОЛЕССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ”

Кафедра экономики и бизнеса

Допущено к защите
Заведующий кафедрой
 Ю.В.Игнатенко
09.06. 2022

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

на тему:

“Маркетинговая деятельность ООО ”Футбольный клуб ”Гомель“ и пути ее совершенствования“

Студент
БА, 4 курс, группа 18ПД-1



Дарья Андреевна Лясневская
_____20_____

Научный руководитель
Кандидат экономических наук, доцент



Валентина Юрьевна Друк
_____20_____

ПИНСК 2022

94
908.22.

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 64 стр., 11 табл., 5 рис., 5 приложений, 38 источников.

МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА, МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, АНАЛИЗ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ПОТРЕБИТЕЛИ, ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ.

Объектом исследования является ООО "Футбольный клуб "Гомель".

Предметом исследования является маркетинговая деятельность ООО "Футбольный клуб "Гомель".

Цель работы – анализ маркетинговой деятельности организации и разработка путей её совершенствования.

В качестве основных методов исследования применялись анализ библиографических источников, систематизация материалов, их структурирование и другие методы исследования.

В процессе работы проведены следующие исследования и разработки: дано теоретическое обоснование маркетинговой деятельности в спорте и ее роли в деятельности спортивной организации, исследована практика применения маркетинговой деятельности в ООО "Футбольный клуб "Гомель", выработаны пути совершенствования использования маркетинговой деятельности в ФК "Гомель".

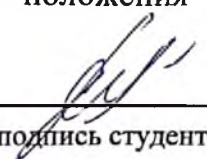
Элементами научной новизны полученных результатов являются мероприятия по совершенствованию маркетинговой деятельности футбольного клуба.

Область применения: ООО "Футбольный клуб "Гомель".

Результатами внедрения явились мероприятия по совершенствованию маркетинговой деятельности в ООО "Футбольный клуб "Гомель".

Технико-экономическая и социальная значимость: внедрение рекомендаций позволит улучшить маркетинговую деятельность в ООО "Футбольный клуб "Гомель".

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней расчетно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические, методологические и методические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.


(подпись студента)

ABSTRACT

Thesis: 64 pages, 11 tables, 5 figures, 5 appendices, 38 sources used.

**MARKETING, ADVERTISING, MARKETING ACTIVITIES, ANALYSIS OF
MARKETING ACTIVITIES, ADVERTISING ACTIVITIES, CONSUMERS,
PERFORMANCE EVALUATION.**

The object of the study is LLC "Football Club "Gomel".

The subject of the research is the marketing activities of LLC "Football Club "Gomel".

The purpose of the work is to analyze the marketing activities of the organization and develop ways to improve it.

As the main methods of research, the analysis of bibliographic sources, the systematization of materials, their structuring and other research methods were used.

In the process of work, the following research and developments were carried out: a theoretical justification of marketing activities in sports and its role in the activities of a sports organization was given, the practice of applying marketing activities in LLC "Football Club "Gomel" was studied, ways to improve the use of marketing activities in FC Gomel were developed.


Elements of the scientific novelty of the results obtained are measures to improve the marketing activities of the football club.

Field of application: LLC "Football club "Gomel".

The results of the implementation were measures to improve marketing activities in LLC "Football Club "Gomel".

Technical, economic and social significance: the introduction of recommendations will improve marketing activities in LLC "Football Club "Gomel".

The author of the work confirms that the calculation and analytical material given in it correctly and objectively reflects the state of the process under study, and all theoretical, methodological and methodological provisions and concepts borrowed from literary and other sources are accompanied by references to their authors.



(подпись студента)

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	5
1 Теоретические аспекты организации маркетинговой деятельности в спорте.....	8
1.1 Понятие и основные составляющие маркетинговой деятельности, ее роль в обеспечении эффективности функционирования организаций.....	8
1.2 Особенности организации маркетинговой деятельности в спорте.....	12
1.3 Особенности, место и роль PR и рекламы в сфере физической культуры и спорта в деятельности спортивного клуба.....	21
2 Маркетинговая деятельность ООО "Футбольный клуб "Гомель" и ее влияние на эффективность функционирования клуба.....	30
2.1 Организационно-управленческая характеристика ООО "Футбольный клуб "Гомель".....	30
2.2 Анализ финансово-экономической деятельности ООО "Футбольный клуб "Гомель".....	37
2.3 Маркетинговая деятельность ООО "Футбольный клуб "Гомель".....	42
3 Совершенствование маркетинговой деятельности ООО "Футбольный клуб "Гомель".....	48
3.1 Маркетинговые стратегии в спорте и их возможное применение для белорусских футбольных клубов.....	48
3.2 Совершенствование системы реализации билетов в футбольном клубе "Гомель".....	53
3.3 Совершенствование деятельности по реализации атрибутики футбольного клуба "Гомель".....	55
Заключение.....	60
Список использованных источников.....	65
Приложения.....	68

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Алексеев, С.В. Спортивный менеджмент. Регулирование организации и проведение физкультурных и спортивных мероприятий: учебник / С.С. Алексеев. - М.: ЮНИТИ-ДАНА: Закон и право, 2018.-687 с.
2. Армстронг, Г. Основы маркетинга / Г. Армстронг. - М.: Вильямс И.Д., 2019. - 752 с.
3. Ахмадов, К.М. Прогнозирование будущего спортивного маркетинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/prognozirovanie-buduschego-sportivnogo-marketinga>. – Дата доступа: 05.03.2022.
4. Багиев, Г.Л. Маркетинг: учебник для студентов вузов, обучающихся по экон. специальностям/ Г.Л. Багиев, В.М. Тарасевич, Х. Анн; под общ. ред. Г.Л. Багиева. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. [и др.]: «Питер», 2017. – 736 с.
5. Беляев, В.И. Маркетинг. Основы теории и практики: учеб. пособие / В.И. Беляев. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва: КНОРУС, 2018. - 676 с.
6. Беляевский, И. К. Маркетинг [Текст] : учебник / И. К. Беляевский, А. Данченко, А. В. Коротков, А. А. Романов. – М.: МЭСИ, 2018. – 188 с
7. Вакалов, Л.Г. Маркетинг в физической культуре и спорте: Учебное пособие для институтов физ. культуры / Л.Г. Вакалова, Е.П. Гетман; Кубан. гос. акад. физ. культуры. Краснодар: КубГАФК, 2018.
8. Васильев, Г.А. Рекламный маркетинг: Учебное пособие / Г.А. Васильев, В.А. Поляков. — М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2019. — 276 с.
9. Власов, А.Н. Инновационные методы в спортивном маркетинге// Вестник науки и образования. - 2019. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnye-metody-v-sportivnom-marketinge>. – Дата доступа: 28.02.2022.
10. Гадючкин, О.В. Имидж как неотъемлемая часть спортивного маркетинга/ О.В.Гадючкин, Е.А.Макарова (Гуреева) // Вестник спортивной науки. 2018. - № 1. - С. 57–58. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-kak-neotemlemaya-chast-sportivnogo-marketinga>. – Дата доступа: 13.03.2022.
11. Галкин, В.В. Экономика физической культуры и спорта: Учебное пособие для высших и средних профессиональных учебных заведений физической культуры / В.В.Галкин, В.И.Сысоев. - Воронеж, 2020. – 252 с.
12. Душкина, М.Р. PR и продвижение в маркетинге. Коммуникации и воздействие, технологии и психология. – М.: Книга по Требованию, 2019. – 560 с.
13. Егоров, Ю.Н. Основы маркетинга: Учебник / Ю.Н. Егоров. - М.: Инфра-М, 2018. - 216 с.

14. Жестянныхников, Л.В. Современная концепция маркетинга услуг в сфере физической культуры и спорта / Л.В. Жестянныхников. - СПб: СПбГУЭФ, 2020.
15. Иглин, А.В. Спорт и экономика // Вестник МФЮА. - 2018. - № 3. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sport-i-ekonomika>. - Дата доступа: 07.03.2022.
16. Гуляев, Г.Ю. Новые экономические исследования: сборник статей IV Международной научно-практической конференции. - Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». - 2021. - 114 с.
17. Котлер, Ф. Маркетинг. Менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. - 15-е изд. - СПб. : Питер, 2018. - 848 с.
18. Кузнецова, Л.В. Основы маркетинга: Учебное пособие / Л.В. Кузнецова, Ю.Ю. Черкасова. - М.: Вузовский учебник, 2017. - 256 с.
19. Любанова, Т. П. Современный маркетинг [Текст] : учеб. Пособие для студентов вузов / Т. П. Любанова, К. М. Повловская, А. В. Румяцев. - М. : ИКЦ «Март», 2019. - 474 с.
20. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Текст] : учебник /под ред. проф. В.А. Алексунина. - 3- е изд., М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2020. - 716 с
21. Маркетинг спорта / Под ред. Джона Бича и Саймона Чедвика ; Пер. М27 с англ. — 4-е изд. — М. : Альпина Паблишер, 2017. — 706 с.
22. Мишунин, А.С. Специфические особенности работы пресс-служб футбольных клубов // Вестник Тамбовского университета. Серия: Общественные науки. 2018. № 13. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/spetsificheskie-osobennosti-raboty-press-sluzhb-futbolnyh-klubov>. - Дата доступа: 19.03.2022.
23. Морозов, Ю.В. Основы маркетинга: Учебное пособие / Ю.В. Морозов. - М.: Дашков и К, 2018. - 148 с.
24. Мудров, А.Н. Основы рекламы. Учебник/ А.Н.Мудров. - М.: изд-во «Магистр», 2018. - 397 с.
25. Мяконьков, В.Б. Спортивный маркетинг: учебник для вузов/ В.Б. Мяконьков, Т.В. Копылова, Н.М. Егорова; под общей редакцией В.Б. Мяконькова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 284 с.
26. Основы маркетинга: Пер. с англ./ Ф.Котлер [и др.]. - 7-е европ. изд. - М.; СПб.; К.: Издательский дом «Вильямс», 2018. - 1200 с.
27. Особенности маркетинга в спорте : учеб. пособие / Д.А. Обожина. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2017. — 75 с.
28. Панкрухин, А.П. Маркетинг. Учебник. 5-е изд./ А.П. Панкрухин. - М.: «Омега-Л», 2017. - 656 с.
29. Пичурин, И.И. Основы маркетинга. Теория и практика / И.И. Пичурин. - М.: Юнити, 2018. - 48 с.

30. Резник, Г.А. Введение в маркетинг: Учебное пособие / Г.А. Резник. — 4-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2020. — 202 с.
31. Рябенко, Г.В. Технология маркетинга физкультурно-оздоровительных услуг организаций сферы физической культуры и спорта : дисс. ... канд. пед. наук / Г.В. Рябенко. - Волгоград, 2019. - 151 с.
32. Састамойнен, Т.В. Основы маркетинга физкультурно-спортивных услуг: учеб.-метод. пособие / Т.В. Састамойнен; С.-Петербург. гос. ун-т физ. культуры им. П.Ф. Лесгафта. - СПб.: [б.и.], 2017. - 52 с.
33. Секерин, В.Д. Основы маркетинга / В.Д. Секерин. - М.: КноРус, 2018. - 288 с.
34. Скороходов, С.Н. Маркетинг в системе управления спортивной организацией // Наука и спорт: современные тенденции. - 2018. - № 4. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/marketing-v-sisteme-upravleniya-sportivnoy-organizatsiey>. — Дата доступа: 02.03.2022.
35. Степанова, О.Н. Маркетинг и маркетинговые коммуникации в деятельности физкультурно-спортивных организаций: Учебное пособие. Ч. I. — М.: МПГУ, 2017. — 224 с.
36. Степанова, О.Н. Маркетинг в физкультурно-спортивной деятельности. — Советский спорт, 2018 г. — 480 с.
37. Томич, М. Маркетинг в спорте. Рынок и спортивные продукты. - М. МАФСИ, 2019.
38. Шааф, Ф. Спортивный маркетинг. - М.: Информационно-издательский дом «ФилинЪ», 2018. - 464 с.