

TEMATICA EXAMENULUI DE ADMITERE LA PROGRAMUL DE MASTER MANAGEMENTUL ORGANIZĂRII ȘI EVENIMENTELOR SPORTIVE

TEORIA ȘI METODICA EDUCAȚIEI FIZICE

I. Noțiuni fundamentale ale Teoriei Educației Fizice și Sportului

- I.1. Mișcarea (motricitatea) umană și componentele sale
- I.2. Psihomotricitatea
- I.3. Capacitatea motrice
- I.4. Educația fizică
- I.5. Sportul

II. Mijloacele educației fizice și sportului

- II.1. Mijloacele specifice (exercițiul fizic, aparatura de specialitate, mijloacele de refacere a capacității de efort)
- II.2. Mijloacele nespecifice (factorii naturali de călire, factorii igienici, mijloacele împrumutate din alte domenii de activitate).

III. Conținutul procesului instructiv-educativ de educație fizică și sport

- III.1. Calitățile motrice
- III.2. Priceperile și deprinderile motrice

Bibliografie

1. Cătăneanu, S.M. și Ungureanu-Dobre, A. (2016). *Educație fizică și sportivă școlară – Teoria și metoda predării. Editia a II-a revăzută și adăugită*. Universitaria.
2. Dragnea, A., și colaboratorii (2006). *Educație Fizică și Sport - teorie și didactică*. FEST.
3. Ungureanu, A. (2013). *Teoria Educației Fizice și Sportului - Curs de bază*. Bren..

BAZELE GENERALE ALE ANTRENAMENTULUI SPORTIV

1. Antrenamentul sportiv- proces psihopedagogic complex (definiție și caracteristici);
2. Programarea, planificarea și evaluarea în antrenamentul sportiv.

Bibliografie

1. Dragnea, A., Mate-Teodorescu, S. (2002). *Teoria sportului*. FEST.
2. Bompa, T. (2001). *Teoria și metodologia antrenamentului sportiv*. Ex Ponto.

MARKETING

A. DEFINIREA CONCEPTULUI ȘI SEMNIFICAȚIILE MARKETINGULUI ÎN SPORT

1. Necesitatea marketingului sportiv
2. Particularități ale marketingului sportiv
3. Conceptul de marketing sportiv

B. CERCETAREA PIEȚEI ÎN SPORT. SEGMENTAREA PIEȚEI

1. Valoarea cercetării de piață
2. Cercetarea în domeniul marketingului
3. Tipologia cercetărilor de piață în domeniul sportiv
 - 3.1. Valoarea brandului
 - 3.2. Calitatea serviciilor
 - 3.3. Valoarea percepută a biletului, divertismentului și promoțiilor
 - 3.4. Identificarea fanilor

3.5. Reamintirea sponsorilor

4. Segmentarea pieței în marketingul sportiv

4.1. Segmentarea pieței prin utilizarea managementului relațiilor cu clienții

4.2. Targetarea de succes

4.3. Segmentarea pe piața sportului

5. Fidelizarea clienților

C. SERVICII SPORTIVE DE CALITATE

1. Produsul global

2. Definirea naturii ofertei serviciilor

3. Valorificarea serviciilor suplimentare

4. Gama de produse și politica de marcă

5. Dezvoltarea de noi servicii

5.1. Clasificarea noilor servicii

5.2. Condiții pentru crearea unui serviciu de succes

6. Redesign-ul procesului de servicii

7. Spectatorul în calitate de co-producător

8. Politica produsului global

8.1. Obiectivele strategice ale politicii produsului global

8.2. Instrumente ale politicii de produs global

D. POLITICA DE TARIFARE ÎN SPORT

1. Obiectivele politicii de preț

2. Vânzarea abonamentelor

3. Factorii care încetinesc vânzarea abonamentelor

4. Crearea valorii în marketingul sportiv

5. Factorii care influențează prețul biletelor

6. Sistemul de reduceri

7. Alinierea prețurilor organizațiilor sportive

8. Elasticitatea prețurilor

9. Diferențierea prețurilor

10. Managementul veniturilor

10.1. Mecanismul managementului veniturilor

10.2. Elasticitatea prețurilor

10.3. Barierele tarifare

Bibliografie

1. Barbu, M. (2010). *Marketing în sport*. Craiova, Editura Universitaria.
2. Meghișan, Gh., Nistorescu, T. (2008). *Marketing. Teorie și practică*. Craiova, Editura Sitech.
3. Barbu, M. (2004). *Marketing în sport și management general*, Editura Universitaria.
4. Ștefănică, V. (2023). *Marketing în sport*, Editura Universitaria.

MANAGEMENT

1. FUNDAMENTELE TEORETICE ALE MANAGEMENTULUI ORGANIZAȚIEI

1.1. Procesele și relațiile de management

2.2. Funcțiile procesului de management

2. STRUCTURAREA ORGANIZAȚIEI

2.1. Componentele organizării structurale

2.3. Structura organizatorică

2.3. Procesul de delegare a autorității

3. PROCESUL DECIZIONAL ÎN ORGANIZAȚIE – ELEMENTE, TIPOLOGIE, STRUCTURĂ

3.1. Decizia: elemente, tipuri de decizie

3.2. Structura procesului decizional

4. METODE ȘI TEHNICI DE MANAGEMENT

4.1. Metode generale de management

4.2. Tehnici de management

5. MANAGERII ORGANIZAȚIEI

5.1. Personalitatea managerului. Manager versus lider

5.2. Stiluri de management

6. MANAGEMENTUL CULTURII ORGANIZAȚIONALE

6.1. Cultura organizațională – definiție, componentă

6.2. Caracteristicile culturii organizaționale

Bibliografie

1. Constantinescu, D. (2005). *Managementul întreprinderii*, Editura Sitech Craiova

2. Mangra, G.I. (2004). *Managementul sportului*, Editura Universitaria Craiova

3. Mangra, G.I. (2009). *Managementul resurselor umane*, Editura Universitaria Craiova

4. Boca, A.G. (2023). *Management aplicat în știința sportului și educației fizice*, Editura Universității "Ștefan cel Mare"