

# 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 metodică 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 билетelor

### 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, componență

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"