

Содержание:

Введение

Спортивный менеджмент — это практика и теория эффективного управления предприятиями спортивной отрасли в условиях рыночной экономики. Современный менеджер – это человек, владеющий наукой управления, разбирающийся в особенностях маркетинга, экономики, в инновациях и т.п. Для системы физической культуры и спорта подготовка специалистов, владеющих знаниями менеджмента, имеет первостепенное значение, поскольку обязательным и постоянным элементом их деятельности является организация и проведение соревнований и физкультурно-спортивных мероприятий, управление учебно-тренировочным процессом подготовки спортсменов. В последние годы важным разделом работы специалистов сферы физической культуры и спорта стало оказание разнообразных оздоровительных услуг, предоставляемых, как правило, на коммерческой основе в условиях конкуренции с аналогичными организациями.

Самостоятельность физкультурно-спортивных организаций в условиях рынка, усложнение характера выполняемых ими работ и увеличение объема деятельности требуют значительного расширения сферы управления. В первую очередь это касается ответственности руководителей за своевременность и качество принимаемых решений, проводимую социальную и кадровую политику. Повышается роль менеджмента. Менеджмент - разработка и создание (организация), максимально эффективное использование (управление) и контроль социально экономических систем.

Под спортивным менеджментом подразумевается большая работа по подготовке, организации и проведению международных турниров самого высокого уровня, таких как Чемпионат мира и Европы по разным видам спорта. По сравнению с западным спортивным менеджментом, особенно американским, - спортивный менеджмент в России находится в начальной стадии развития. Для сравнения - американские профессиональные спортивные лиги имеют давние исторические корни - многие из них существуют более ста лет! Все это является колоссальным преимуществом перед российскими клубами, лигами и федераций. Актуальность обуславливается увеличением числа спортивных событий, усилением политического значения спорта и его роли во всемирной экономике и торговле. И

важно в современное время эффективно управлять спортивной организацией.

Объект исследования – менеджмент спортивной организации

Предмет исследования – особенности деятельности спортивной организации на примере футбольного клуба «Real Madrid».

Цель работы – проанализировать деятельность спортивной организации на примере футбольного клуба «Real Madrid».

Для реализации цели и подтверждения гипотезы необходимо решить

следующие задачи:

1) изучить общие представления о спортивном менеджменте и

требования, предъявляемые к нему в современных условиях;

2) дать общую характеристику состояния спортивного менеджмента

Футбольного клуба «Real Madrid»

3) Проанализировать организационную структуру футбольного клуба «Real Madrid» охарактеризовать возможные стороны экономической и социальной деятельности

Глава 1. Теоретические основы спортивного менеджмента России

1.1. Понятие и сущность спортивного менеджмента

Содержание понятия "менеджмент" можно рассматривать как науку и как организацию управления фирмой и как процесс принятия управленческих решений. Менеджмент как управление организацией, осуществляющей любые виды предпринимательской деятельности, направленной на получение прибыли, дохода. Содержание менеджмента, таким образом, состоит в достижении фирмой определенных результатов в предпринимательской деятельности. Понятие

спортивный менеджмент включает в себя различные компоненты. И одним из самых основных из них являются люди, которые в этой сфере работают. Экономика спорта на сегодня подвергается коммерциализации, то есть роль денежных вложений становится все более значимой. Поэтому менеджмент в спортивной индустрии является важной отраслью. Понятие «организация» имеет несколько смысловых значений. Организациями являются государственные и частные учреждения, фирмы, объединения, их части или подразделения. В данном случае слово «организация» означает процесс, в то же время организация – это и отдельный вид управления, его функция. Цель спортивного менеджмента состоит в том, чтобы обеспечить эффективное функционирование физкультурно-спортивных организаций в современных рыночных условиях России. Конечной целью менеджмента коммерческой организации физкультурно-спортивной направленности является обеспечение прибыльности или доходности работы организации путем рациональной организации труда. Однако, в большинстве своем организации в сфере физической культуры – это некоммерческие организации, а большая часть из них государственные (ДЮСШ, СДЮШОР) и др. Поэтому целью их менеджмента является постоянное стремление удовлетворить потребности и спортивные интересы различных категорий населения в физкультурно-спортивных услугах. Функции в спортивном менеджменте представляют собой обособившиеся в процессе разделения труда относительно самостоятельные, специализированные виды управленческой деятельности, которые выражают направления или стадии целенаправленного действия субъекта управления на управляемый объект.

Различают общие и отраслевые функции. Общие функции управления универсальны, так как характеризуют любой процесс управления, независимо от его отраслевой специфики и размера управляемой организации. Управление, с точки зрения процессного подхода – это планирование, организация, мотивация и контроль с принятием решений и коммуникацией на всех стадиях управленческого процесса. Рассмотрим содержание каждой функции спортивного менеджмента. Подготовка и принятие управленческого решения – это сложная комплексная функция, состоящая из планирования, подготовки и принятия различных видов нормативных актов (постановлений, приказов, инструкций, программ, образовательных стандартов, социальных норм и нормативов). Важнейшей формой управленческого решения организаций спортивной направленности являются планы, текущие и перспективные. Организация как функция менеджмента предусматривает упорядочение имеющихся организаций физкультурно-спортивной направленности (обеспечение их всем необходимым для нормальной работы:

персоналом, зданиями, финансами, оборудованием и т.д.) и образование новых, организация новых видов деятельности, направленных на выполнение управленческих решений, проведение маркетинговой работы. Функция мотивации предусматривает создание системы стимулов и санкций, материальную и моральную заинтересованность персонала спортивных организаций в более эффективной работе. Это также деятельность, имеющая целью активизировать интерес населения к занятиям физическими упражнениями и спортом, к потреблению физкультурно-спортивных услуг. Контроль - это управленческая деятельность, задачей которой является количественная и качественная оценка результатов работы в организациях физкультурно-спортивной направленности, а также текущий учет их деятельности. Координация - это центральная функция процесса спортивного менеджмента, обеспечивающая его бесперебойность и непрерывность.

Главная задача координации - достижение согласованности всех звеньев спортивной организации путем установления рациональных связей (коммуникаций) между ними, а также с общественностью. Отраслевые функции спортивного менеджмента. Функции, выделяемые по содержанию управляемого воздействия на определенный объект, принято называть отраслевыми, конкретными или специфическими. Позволяют выделить совокупность наиболее существенных отраслевых функций спортивного менеджмента:

- Физическое воспитание учащейся молодежи. Организация физкультурно-спортивной работы с населением. Подготовка высококвалифицированных спортсменов по видам спорта, развитие профессионального спорта. Подготовка спортивного резерва.
- Проведение спортивных соревнований и спортивно-зрелищных мероприятий. - Финансовый менеджмент в спортивной организации и спонсорство. Все общие и отраслевые функции спортивного менеджмента действуют в единстве, образуя организационно-технологический процесс. Система отраслевых функций является объективной основой для создания организаций физкультурно-спортивной направленности. Носителем отраслевых функций являются структурные подразделения организаций (управления, отделы и т.п.). Носителем общих функций спортивного менеджмента может быть организация в целом. В каждой выделенной отраслевой функции можно выделить общие функции. Затраты труда на выполнение общих функций управления равны затратам на выполнение отраслевых, конкретных функций.

1.2. Виды спортивных организаций.

Спортивный менеджмент как один из видов отраслевого социального управления имеет дело с организациями физкультурно-спортивной направленности. В российском гражданском законодательстве институт организации получил правовое закрепление в понятии юридического лица. Статья 48 ГК РФ устанавливает, что юридическим лицом признается организация, которая имеет в собственности, хозяйственном ведении или оперативном управлении обособленное имущество и отвечает по своим обязательствам этим имуществом, может приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, нести обязанности, быть ответчиком и истцом в суде. Далее, согласно действующему законодательству, организациями физкультурно-спортивной направленности признаются общества, федерации по видам спорта, ассоциации, фонды, клубы и иные объединения граждан, ставящие своей целью развитие физической культуры и спорта (ФКИС) ст.8 “Основ законодательства о ФКИС”. Главной целевой функцией таких организаций, предметом их деятельности является производство физкультурно-спортивных услуг. К основным видам услуг относят: организационные формы занятий физическими упражнениями и спортом, программы физвоспитания и оздоровительных занятий, спортивные зрелища, консультации для занимающихся, судейство спортивных соревнований и т.д.

Главным в системе “объект-субъект” является объект управления, так как он определяет состав и структуру субъекта. Если управляющая система слишком проста и не отражает сложности объекта, то она не способна эффективно управлять. Для того чтобы понять общие черты организаций физкультурно-спортивной направленности и особенности механизма их функционирования, а также эффективно управлять различными видами спортивных организаций их нужно каким-то образом упорядочить и систематизировать. Это достигается с помощью типологической группировки, которая дает возможность:

Основным элементом любой организации физкультурно-спортивной направленности являются люди, условно подразделяемые на спортивных организаторов (менеджеров) и исполнителей. Работа спортивных менеджеров разного уровня есть управление и контроль над исполнением, работа исполнителя, тренеров, преподавателей и другого персонала - информационно-педагогическое воздействие на объекты труда - спортсменов и других, занимающихся в группах.

Множество исполнителей с их орудиями труда (программами и методиками занятий) образуют объект отраслевого управления (ОУ). Множество управленцев -

менеджеров вместе с информацией, оргтехникой и обслуживающим персоналом образуют субъект отраслевого управления (СУ).

получить точное представление об организационно-правовом статусе каждой конкретной организации;

четко определить цели, задачи и функции спортивной организации, ее место в отраслевой системе управления;

понять ее внутриорганизационные отношения, права и обязанности ее сотрудников, возможности их участия в управлении организацией;

квалифицированно построить работу по созданию новой.

организации, развитию, реорганизации и ликвидации спортивной организации.

Типы организаций, выделяемые по форме собственности:

Каждое общество формирует свою систему управления, в зависимости от социально-экономического и политического устройства. Административно-командное управление предполагает жесткую вертикаль и зависимость нижестоящих органов от вышестоящих. В странах рыночной экономики функционируют системы управления, основанные на предпринимательском поведении, для которых характерна высокая степень независимости и возможности для проявления творческой инициативы. Поэтому спортивный менеджмент теснейшим образом связан с различными формами собственности на учебно-спортивную материально-техническую базу и владение спортивными организациями. Собственность как экономическая категория представляет собой совокупность производственных отношений, которые обусловлены отношением людей к средствам труда и продукту труда. В России признается частная, государственная, муниципальная и иная форма собственности. Экономические отношения собственности проявляются через различные формы управления ФКИС, так как на основе различных форм собственности создаются различные виды спортивных организаций. В этом смысле можно выделить три вида управления ФКИС или подсистемы.

Первая подсистема - это госуправление ФКИС. Госкомитет по ФК и туризму - центральное звено госуправления.

Вторая подсистема - менеджмент в общественных объединениях, федерациях по видам спорта, спортивных клубах и т.п.

Третья подсистема- менеджмент в предпринимательских организациях физкультурно-спортивной направленности.

Вышеприведенная классификация является наиболее общей для организаций физкультурно-спортивной направленности. Она составляет базисную систему для спортивного менеджмента, определяет его структуру и содержание, а также особенности механизма управления организациями.

В действующем ГК РФ в зависимости от цели деятельности все организации, имеющие статус юридического лица, делятся на две категории: коммерческие и некоммерческие.

Коммерческие организации - юридические лица, преследующие извлечение прибыли в качестве основной цели деятельности. К ним относятся:

хозяйственные товарищества;

хозяйственные общества (общества с ограниченной ответственностью);

акционерное общество (ОАО, ЗАО).

производственные кооперативы

государственные и муниципальные унитарные предприятия;

Некоммерческие организации не ставят своей целью извлечение прибыли в качестве главной цели и не распределяют прибыль между участниками:

потребительские кооперативы;

общественные и религиозные организации;

фонды;

учреждения;

ассоциации и союзы (объединения юридических лиц);

некоммерческие партнерства.

Типы организаций физкультурно-спортивной направленности, выделяемые по функциональному назначению

1. Спортивные детско-юношеские школы (ДЮСШ) и клубы физической подготовки, которая относится к учреждениям дополнительного образования, в которых занимаются спортивным совершенствованием. Как правило, это спортивные школы, государственные и муниципальные. В принципе могут создаваться и негосударственные, учреждаемые физическими и юридическими лицами, в том числе и иностранными. Но они пока в России не получили распространения.
2. Спортивные клубы как один из видов общественных объединений физкультурно-спортивной направленности, которые могут создаваться на предприятиях и в учреждениях с различными формами собственности, в различных типах учебных заведений, а также по территориальному принципу.
3. Спортивные клубы профессионального спорта, функционирующие и создаваемые в различных организационно-правовых формах, характерных для коммерческих организаций.
4. Физкультурно-оздоровительные центры, которые функционируют как коммерческие организации физкультурно-спортивной направленности в различных организационно-правовых формах.
5. Стадионы и спортивные комплексы, имеющие статус юридического лица и находящиеся на самостоятельном балансе.
6. Кафедры физвоспитания вузов и др. структурные подразделения образовательных учреждений
7. Государственные комитеты по ФКИС и туризму.
8. Олимпийский комитет России.
9. Высшие и средние учебные заведения по ФК.
10. Федерации по видам спорта, союзы и ассоциации.
11. Фонды.
12. Негосударственные образовательные учреждения ФКИС.

В условиях перехода к рыночным отношениям проведенный анализ следует дополнить рассмотрением объектов системы управления ФКИС в зависимости от цели их деятельности. В соответствии с этим все спортивные организации делятся на:

непосредственно осуществляющие физкультурно-массовую и учебно-спортивную работу (КФК, спортшкол, центры олимпийской подготовки, шахматные клубы и т.д.;

) обеспечивающие возможность заниматься ФКИС (спортсооружения, ФОК и, прокатные пункты спортивного инвентаря, водные, лыжные и туристические базы, стрелковые тир, парки культуры и отдыха) и производящие инвентарь, оборудование, одежду и обувь;

3) обеспечивающие медобслуживание (ВФД);

4) занимающиеся подготовкой физкультурно-спортивных кадров (высшие и средние специальные учебные заведения ФКИС);

5) обеспечивающие сферу физической культуры и спорта необходимой информацией (редакции спортивных газет и журналов, телепередачи и т.п.).

1.3. Особенности управления спортивными организациями

Спортивный клуб зарабатывает путем продажи билетов на футбольные матчи (это можно рассматривать как предоставление услуг), продажи прав на телевещание, за счет средств спонсоров, путем продажи товаров с символикой клуба и рекламы. Но данные аспекты деятельности могут быть присущи и другим организациям. Что является абсолютно не типичным для иных сфер, это то, что в спортивных клубах широко применяется практика перепродажи игроков и получение за счет этого прибыли. То есть фактически игроки рассматриваются как активы, на продаже которых можно зарабатывать. В обычной организации с трудом можно представить, чтобы работника за значительную плату передавали другой компании.

Что касается положения на рынке то, спортивным клубам, как и многим компаниям в других сферах, приходится действовать в условиях конкуренции. Менеджеры клуба справляются с ней путем создания и продвижения бренда команды. Как отмечают потребители, наличие уникальных брендов клубов оказывает положительное влияние на удовлетворенность посещениями игр и увеличивает удовольствие от чувства принадлежности к определенному клубу. Но формирование бренда спортивного клуба – непростая задача для менеджмента, и этот процесс отличен от развития бренда в других сферах. Так, на продвижение бренда в спорте оказывают влияние такие факторы, как наличие игроков-звезд, известного тренера, личность владельца клуба, история команды и многие другие,

не присущие компаниям на других рынках. В обычных компаниях работники не обладают харизмой, способной притянуть потребителей, в то время как известные игроки и тренер в спортивном клубе относятся к факторам привлечения аудитории. Таким образом, менеджеры клуба должны уметь правильно использовать все эти инструменты для увеличения числа фанатов и, как следствие, возрастания посещаемости игр и прибыли.

Помимо всего прочего, значительное влияние на бренд спортивного клуба оказывает и его выступления в различных чемпионатах. Так, чем выше положение команды в рейтинге, тем больше людей захотят посмотреть на ее игру. Но существует и обратная сторона медали. Как отмечают исследования, посещаемость игр возрастает при увеличении неопределенности результата, и если команда занимает стабильно высокое положение в рейтинге, то на ее игру с аутсайдером спрос будет не таким большим. Отсюда следует другая особенность менеджмента в спорте: чтобы повысить доходность от продажи билетов, существует система перераспределения доходов и, следовательно, известных игроков от более богатых команд к более бедным, чтобы относительно выровнять возможности всех команд и увеличить неопределенность исхода матчей.

Также отличительной чертой управления спортивным клубом выступает то, что менеджеры в большей степени, чем где-либо еще, должны иметь дело с человеческим фактором. Результативность команды на чемпионатах целиком зависит только от коллективных усилий игроков и тренера, и задача менеджеров подобрать игроков таким образом, чтобы каждый из них чувствовал себя частью команды и был нацелен на ее успех.

Значительную часть своей ответственности в данной сфере менеджеры делегируют главному тренеру, которого также в какой-то мере можно назвать менеджером. Деятельность тренера включает анализ внешней и внутренней среды спортивной организации, разработку целей и планов по их достижению, контроль и оценку выполнения задач. Также на тренера возлагаются обязанности мотивации игроков, организация их командной работы и взаимодействий. Но в отличие от менеджмента, когда руководитель, как правило, ставит перед работниками цели и задачи и следит за их выполнением, тренер формулирует их взаимно с игроками исходя из их возможностей (имеет место значительно более тесная взаимосвязь, чем в случае менеджмента). Таким образом, формируется их сильная взаимная ответственность за результат.

Следующей особенностью менеджмента в спортивной индустрии является то, какими путями клубы получают талантливых игроков. Первый, более простой, способ состоит в том, что «звезд» перекупают или арендуют у других клубов. Игроки в данном случае выступают как активы, приносящие доход, и могут быть в дальнейшем перепроданы или возвращены другому клубу. Например, футбольный клуб «Реал Мадрид» известен тем, что он покупает дорогих талантливых игроков (чтобы обеспечить себе высокие позиции в чемпионатах), но при малейшей оплошности продает их другим клубам. Существует также и второй способ получения игроков: спортивные клубы воспитывают их самостоятельно. Для этого ими создаются специальные спортивные центры для детей, где их с ранних лет обучают определенному виду спорта, что помогает выявить талантливых игроков еще в младшем возрасте. Клубы, желающие заполучить молодых перспективных спортсменов, вынуждены инвестировать в программы развития молодежного спорта и тратить средства на покупку молодых игроков. Так, футбольный клуб широко использует данную стратегию: он инвестирует в молодых талантливых спортсменов, в этом клубе они приобретают опыт, и их ценность для других клубов возрастает. Перед менеджментом спортивного клуба стоит задача выбора из этих двух стратегий или их совмещение в избранной политике. Конечно, в компаниях в сфере товаров и услуг менеджеры также могут привлечь специалистов из других компаний или продвигать по карьерной лестнице персонал внутри организации.

Итак, менеджмент в спортивной индустрии базируется на принципах, схожих с управлением другими организациями, но в то же время он имеет дело со специфическими инструментами, не присущими другим отраслям. Менеджеры спортивных клубов в своей деятельности сталкиваются с различными особенностями, которые на первый взгляд могут показаться странными. Так, главная цель менеджеров клубов – увеличить прибыль, но для ее максимизации нужно помочь конкурентам. Люди, если это профессиональные игроки, могут продаваться и покупаться, и на них даже начисляется амортизация. Бренд клуба может быть усилен путем привлечения новых «Работников»: игроков и тренеров. Таким образом, управление спортивным клубом – это деятельность, отличная от менеджмента в других сферах. Этот факт доказывается также и тем, что во многих высших учебных заведениях создано такое направление, как «спортивный менеджмент», это еще один раз свидетельствует о специфике управления в данной сфере и дефиците квалифицированных специалистов в области спорта.

Выводы

- 1)Первое по практической части видно, что Российская спортивная индустрия еще мало развита во всех направлениях, не смотря на Испанские и соседние страны. Большой вклад могут внести менеджеры и весь состав тренеров России.
- 2)Второе, нужно уделить больше развлекательных моментов потому что, страны как Америка могут привлекать полные стадионы на каждый матч или Европейские Английские имеют хорошие клиентские и дружеские отношения со своими фанатами.
- 3)В-третьих есть много перспективных регионов и деревень где есть такие же люди с хорошими навыками которые пропадают из-за недостатков таких как время и деньги и возможности, для этого государство может строить новые оздоровительные центры.
- 4)Вывод четвертым отнесу большие перспективы в футбольном спортивном круге , ведь наш клуб научился поистине добиваться больших результатов среди конкурентов , для этого нужно продолжать наращивать тренироваться.
- 5)Менеджмент спортивной индустрии – это больше чем просто менеджер ресторана или клуба потому что есть еще живые люди.
- 6)Вывод шестой становится основополагающим потому что школы и Юниорские секции так же влияют на жизнь человека в целом на здоровье и общую координацию в социуме.
- 7)Подтверждением данной главы являются законы которые на равне с основными законами относятся к спорту, большая часть законов распространяется так же и на атлетов
- 8)Вывод восьмой, сегодня и в будущем это большая индустрия и безусловно она всегда будет идти вровень с шагами земли и трендов это реклама продвижение в будущее и просто полезно!

2.1 Глава Анализ деятельности футбольного клуба Real Madrid

Футбольный клуб «Real Madrid»

Официальный сайт www.Real-Madrid.com

История

Реал Мадрид еще раз определил эпоху в мировом футболе, выиграв четыре Кубка Европы и четыре Кубка мира среди клубов. В 2014 году они подняли La Décima, прежде чем выиграть клубный чемпионат мира в том же году. Первые два сезона Зидана в землянке были историческими, заключая La Undécima и La Duodécima. Более того, 2017 год стал рекордным, когда команда взяла в свои руки пять призов: Кубок Европы, Клубный чемпионат мира, ЛаЛигу, а также Суперкубки Европы и Испании. La Decimotercera затем вышли в 2018 году, когда они вышли на первое место против Ливерпуля в Киеве.

Большое количество призов было насыщенным в последнее время для клуба ввиду доказательства можно увидеть все их награды на сайте. Как и многие, но еще никто не поднимал трижды этот кубок.

Это открытое акционерное общество. Имеет большое количество сотрудников около двух тысяч, а также приглашает на матчи сотрудников охраны и волонтеров. Клуб открылся после построения самого стадиона «Сантьягу Бернабеу» в 1947 году после военного времени. Клуб считается по анализу данной курсовой работы очень активным. Создает большое шоу для людей перед матчами и собирает полный стадион. Это только футбольное направление, а также есть еще и другие отрасли которые не мало радуют спортивный клуб и самого директора. Собранием детских школ поддержка инвалидов и малоимущих людей это все охватывает деятельность клуба на протяжении сезона.

Виды деятельности

Фонд делит свою деятельность на четыре основных направления:

Спортивные мероприятия

Образовательная и культурная деятельность

Социальная деятельность

Международное сотрудничество

Институциональная деятельность

Природа и цели

Фонд «Реал Мадрид» является инструментом, с помощью которого «Реал Мадрид» присутствует в обществе и развивает свои программы социальной и культурной осведомленности, облагораживает окрестности и ухаживает за городскими объектами.

Фонд «Реал Мадрид» существует благодаря сотрудничеству различных государственных органов, благодаря щедрой поддержке, которую он получает от важных национальных и международных компаний в рамках соглашений о покровительстве и спонсорстве, и, в частности, благодаря индивидуальным пожертвованиям, сделанным тысячами мадридских фанатов, кто хочет выразить свою поддержку и укрепить свои связи с Реалом.

Фонд ежегодно проверяется, а результаты представляются Попечительскому совету, Управляющему органу фондов Министерства образования и спорта, а затем публикуются в ежегодном отчете клуба и в журнале Фонда.

Его главная цель - продвигать как в Испании, так и за рубежом ценности, присущие спорту, и роль последнего в качестве образовательного инструмента, способного содействовать всестороннему развитию личности тех, кто его практикует. Кроме того, в качестве средства социальной интеграции тех, кто страдает от любой формы, а также для пропаганды и распространения всех культурных аспектов, связанных со спортом.

2.2. Организационная структура футбольного клуба «Real Madrid»

Характеристики организации футбольного клуба «Real Madrid»

Это линейный тип и структура организации, предоставленный на рисунке снизу. Много сотрудников и большой состав менеджеров так же подходит для этого клуба. Реал это большой процесс и выполнение стольких задач подразумевает сразу большой объем затрат и финансирования. Важная особенность линейной организационной структуры управления в том, что при ней любой работник (подчиненный) имеет над собой одного и только одного непосредственного начальника (менеджера, руководителя, управляющего). В результате, распоряжения и отчеты о выполнении передаются между работником и менеджером по одному каналу (обратите внимание, что здесь имеется ввиду именно управленческая связь, коммуникационные каналы между подчиненным и руководителем могут быть разнообразны: устные распоряжения, электронная почта, письменные приказы, и т.д.). Таким образом, каждый руководитель осуществляет весь спектр управленческих функций в отношении подчиненного ему

звена: анализирует ситуацию, принимает необходимые решения, планирует и организует работу, контролирует ход ее выполнения и вносит необходимые

Рис.1

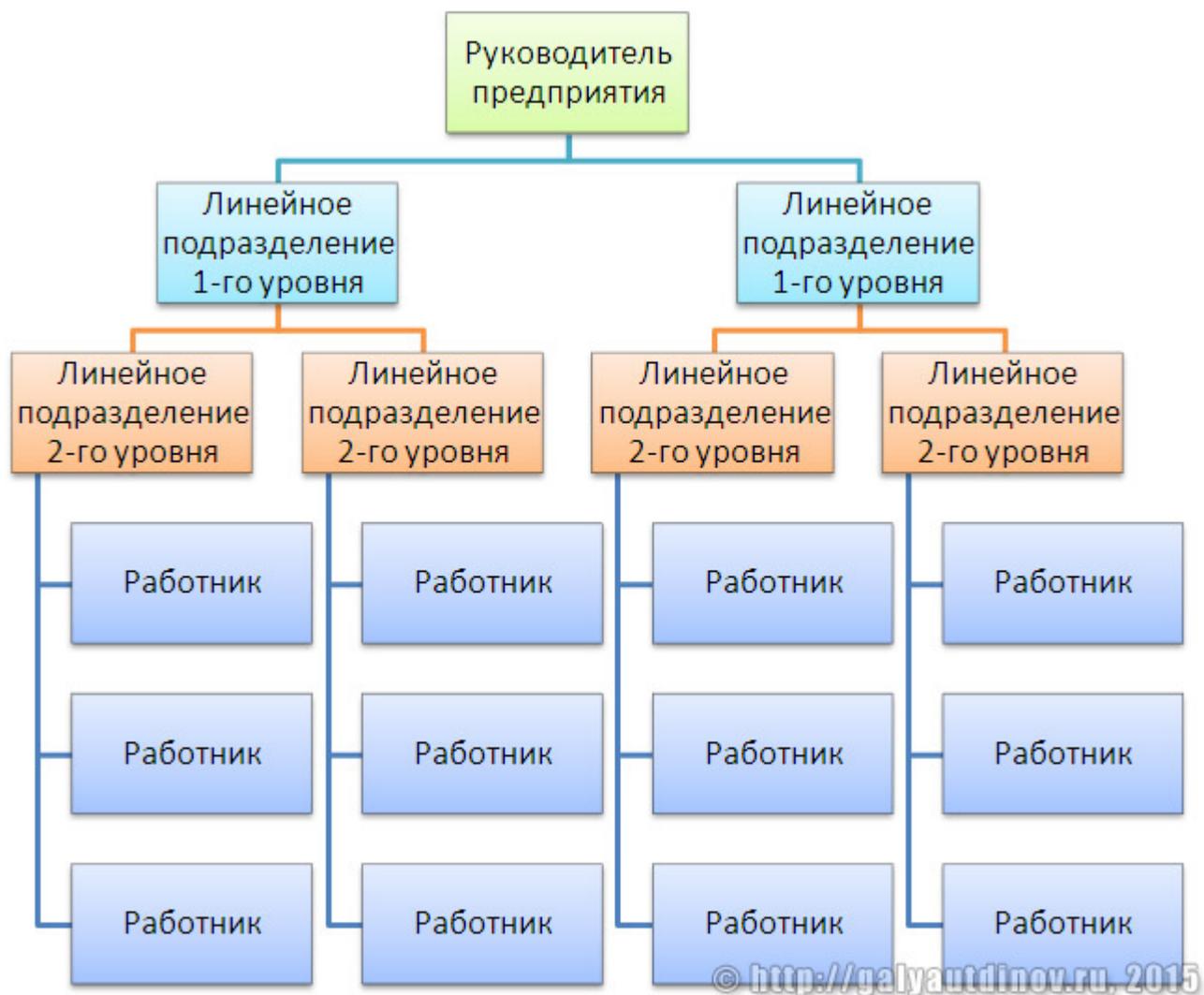


Рис.2 Основные помощники и топ менеджеры клуба Реал

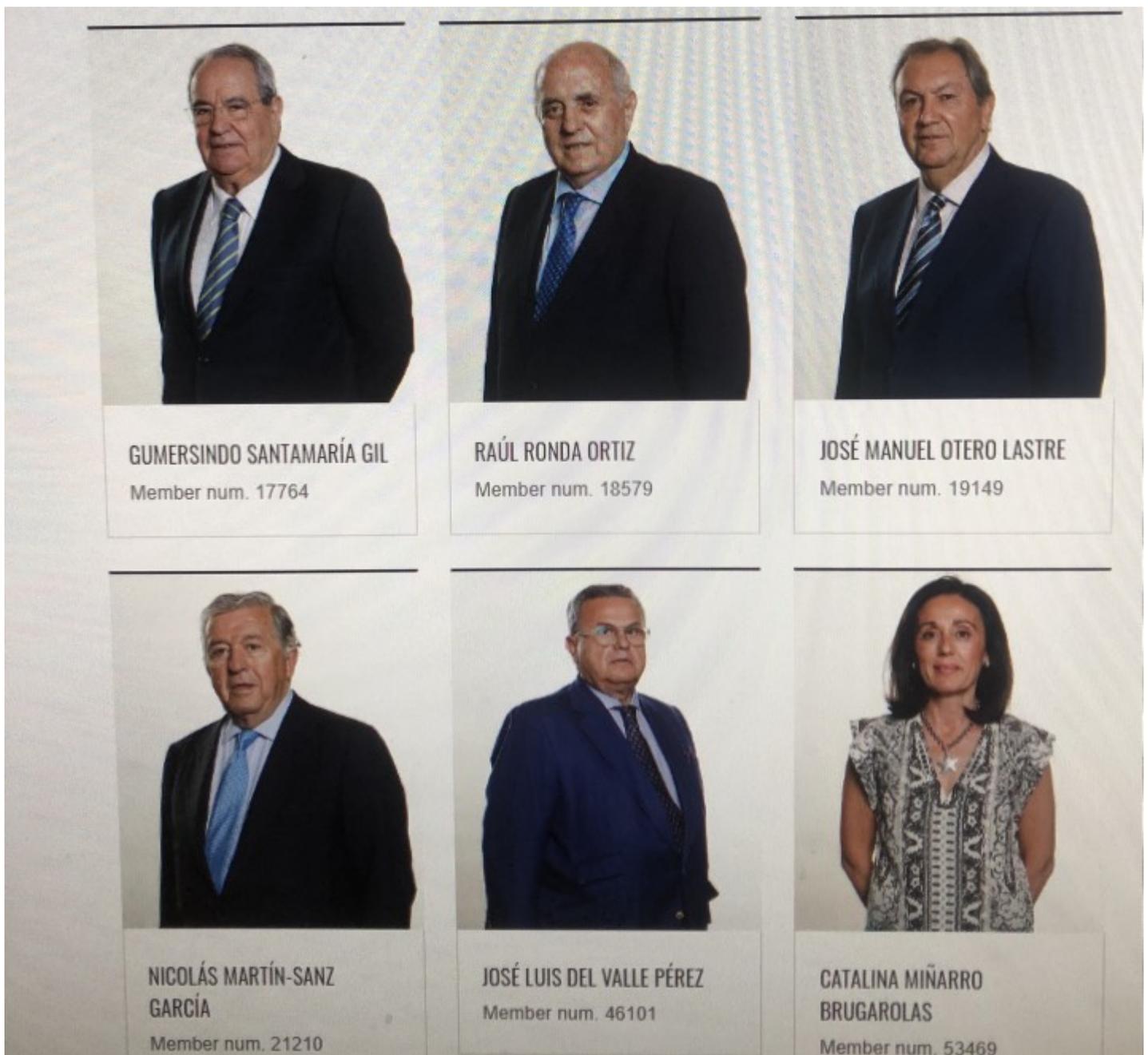
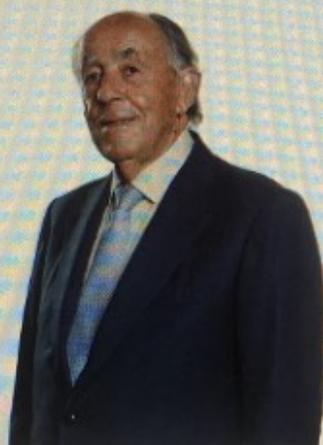


Рис 3. Вице президенты клуба Реал Мадрид

MEMBERS



ÁNGEL LUIS HERAS AGUADO
Member num. 1807



SANTIAGO AGUADO GARCÍA
Member num. 1982



JERÓNIMO FARRÉ MUNCHARAZ
Member num. 2896



ENRIQUE PÉREZ RODRIGUEZ
Member num. 6962



MANUEL CEREZO VELÁZQUEZ
Member num. 11488



JOSÉ SÁNCHEZ BERNAL
Member num. 12841

Клуб по примерным данным стоит больше миллиарда долларов только доходы и прибыль слегка не обещающие. Доход 130млн евро, а расход 337млн евро. Что является неуспешным предприятием временно.

Если смотреть на Государственную поддержку и долгие связи клуба, то все победы — это тоже большой подвиг. Виде заключения можно выразить и охарактеризовать стадион достоянием и трофеем неотъемлемым для Испании. Огромным минусом они покрывают своими достижениями все траты и может это в этом сезоне

неуспешно, в футболе все банально не бывает и может появиться новая звезда за которую клуб может получить большие деньги и выровнять доходы с расходами. Одна самых элементарных и логичных форм, придуманных человеком для управления организацией – это, несомненно, линейная организационная структура. Максимально просто ее можно описать, представив в виде иерархической пирамиды: во главе (на вершине) находится обладающий всей полнотой власти верховный менеджер, ему подчиняются руководители более низкого уровня, им – свои собственные подчиненные, и так до самого «основания», фундамента «пирамиды». Сегодня линейная организационная структура применяется редко, особенно на крупных, высокотехнологичных и развивающихся предприятиях. Тем не менее, знать принципы ее организации может быть полезно для понимания более сложных управленческих структур.

2.3. Анализ деятельности футбольного клуба «Real Madrid»

Операционные расходы включают аренду офиса, зарплату административного персонала, затраты на вторую команду и детскую футбольную школу (академию), такие статьи, как расходы на обеспечение безопасности во время матчей, куда также могут относиться денежные санкции за хулиганское поведение болельщиков, затраты на перелеты и проживание, аренда стадионов и тренировочных баз (в том числе на время сборов). Еще один вид затрат, которые несут не все клубы, но доля которых может быть довольно существенной, – это обслуживание долговых обязательств. Например, в структуре расходов "Манчестер Юнайтед" за 2009-2012 гг. на выплату процентов по кредитам и облигациям в среднем приходилось 44%, а на погашение задолженности приходилось направлять 33% средств клуба. Также клуб может зарабатывать немалые суммы на продаже игроков и благодаря участию в международных турнирах (Лига Чемпионов, Лига Европы). Дополнительный источник дохода может обеспечить собственный стадион, где помимо домашних матчей станут проводиться и неспортивные мероприятия, например, выставки и концерты. Кроме того, в составе каждого современного стадионов Реала строятся объекты коммерческой недвижимости: офисы, торговые центры и гостиницы. Еще один источник дохода собственного стадиона – титульное спонсорство спортивных арен. Испанский "Реал" возглавил рейтинг самых дорогих футбольных клубов мира по состоянию на 2020 год. Имидж сотрудников это высококачественные агенты с хорошим и доброжелательным и усердными мотивами, Большой состав входит так же в услуги транспорта и логистики клуба. Так же клуб тратит много денег на благотворительность и поэтому считается не самым выгодным на сегодняшний

день

Заключение

Ввиду заключения для хорошего клуба всегда должен быть уход и большие компетенции для рассмотренных всех дел. Реал очень успешный клуб во многих видах спорта волейбол, футбол, фут-зал и другие как и баскетбол и всей этой структурой влиятельно руководствуется команда специалистов и конечно же тренеров на данном фото вы увидите основную структуру и большую команду менеджеров канцлеров и других испанских специалистов.

Судьбоносно этот клуб считается великим и непобедимым, но и уход всех оборотов и финансов, спонсирования Эвентов должен быть не меньше чем наслаждение. История так же говорит о его важном значении клуб работал даже во время войны. Все субкультуры и подразделения клуба виде волейбольных и других секций достойно показывают себя и немислимых результатов добиваются команды игроки и тренера. Спонсорство так же одно из дорогих, клубу нужно продолжать заниматься тем чем поставлено было издавна и начала клуба. У клуба большие ресурсы, которые оправдывают все показатели и аргументируют фактами деятельность. Большой частью и гордостью побед влияет и не только игроки и не только команда, но и фанаты, люди, которые поддерживают из поколения в поколение свой родной Мадридский клуб. Много хорошего можно говорить про этот славный и велики стадион «Сантьяго Бернабеу» но и в истории клуба есть провалы и очаги. Например, потеря лучших игроков и уходы знаменитых футболистов, или исторические поражения в финале. Так же в последнем сезоне «Реал» потерпел кошмарных три поражения в подряд на собственном и родном стадионе. Такие ошибки допускают и великие клубы, так же топ-менеджеры и тренера не могли в это поверить, ведь что они могут сказать прессе для своих зрителей? Большие надежды клуб оставил на победу в следующем сезоне где будет множество разыгранных призов и кубков.

Ежегодно клуб тратит миллионы евро на приобретение новых специальных игроков. Плавно переходя на мои практические и теоретические данные курсовой работы могу выявить что клуб является не прибыльным активным достоянием Испании.

Очень большое влияние идет на развитие школ в Испании и стадионов их не сосчитать на пальцах ведь много кортов и дополнительных секций поддерживает именно клуб «Реал Мадрид». На один миг кажется, что Реал не успевает зарабатывать и успевает только тратить. Оптимизация и организованность у клуба является лучшей среди других конкурентов и клубов, но повторюсь не совсем успешно прибыльным. Продвижение одних только маек и спортивного инвентаря с сотрудничеством Adidas может приносить клубу около половины дохода не считая билеты еду и другие услуги клуба. Рабочие места у клуба для сотрудников офисов очень удобные и оснащены полным оборудованием. Команда владеет персональным транспортом личным самолетом на поддержке и спонсорстве Fly Emirates там есть собственный бар душевые и спальные места. В общем клуб оснащен для самих игроков парадоксально дорогими вещами. Что не сделаешь ради победы? Очень развита индустрия волейбольного клуба он так же приносит победы и показывает хорошие результаты. Так же хорошо играет и мини-футбольный клуб Реала. Подводя итог реал Мадрид достойно большой и великий клуб и гордость Испании. Самым главным конкурентом клуба является в Испанской футбольной национальной лиге это клуб Барселона так называемая Барса, там такие же условия и игроки не дешевле с большим стадионом и кучей фанатов. Очень долго они конкурируют друг с другом и в личных встречах побеждает Барселона в разницу 15 матчей и 62 ничьи. Оба клуба основаны давно, но Барса уже старше на 100 и более лет, но оба клуба будут всегда конкурировать и перечить друг другу. Уважительными лидерами считают оба клуба и боятся все остальные клубы мира. Реал часто выступает на кубках и главных турнирах и приезжает поиграть в удовольствие в разные страны, когда другие в страхе и ужасе думают о предстоящем поражении досрочно. Много хорошего было сказано про клуб и с аналитической точки зрения команда менеджеров и глава директор Флоренсо Перез проделали очень плодотворную работу, не смотря на покупку безуспешных игроков, которые конфликтуют и имеют проблемы с властями. Перез еще будет возглавлять клуб, и он покажет свои силы в грядущих сезонах на высоком уровне и хорошей игры. Как заключение, так и все части характеризуют клуб как достояние и великую силу и несомненно любовь зрителя поднимется и останется ведь клуб состоит из огромной комбинации менеджеров тренеров аренды помещений и просто имеет очень большую значимость для всех в том числе и Испанского города Реал Мадрид, клуб вправду считается второй достопримечательностью города. Заключение данного параграфа отвести на большую благодарность клубу за его сосуществование и знаменитыми подвигами по всему миру!

Клуб должен принимать большие инвестиции и продвигать свою тематику не останавливаясь. Покупка игрока в среднем обходится в 45 млн евро клубу что говорит о его невыгодном состоянии и содержании одного футболиста. Клуб обязан во всех сферах быть нужным в доходах и минимизировать расходы.

Футбол дарит нам радость движения, общение с друзьями, острое соперничество. И не только в этом заключается прелесть этого вида спорта.

Футбол способствует развитию молодых людей, совершенствованию физических качеств, воспитанию таких черт характера, как творческая активность, ответственность за порученное дело, целеустремленность. А это, безусловно, очень важно. Человек, обладающий такими качествами, способен принести большую пользу обществу.

Футбол-это страстное противостояние двух команд, в котором проявляются скорость, сила, ловкость, быстрота реакции. Как заметил лучший футболист современности бразилец Пеле, «футбол-это трудная игра, ведь в нее играют ногами, а думать надо головой». Футбол это искусство, Пожалуй, ни один вид спорта не может с ним сравниться по популярности.

Чемпионаты мира по футболу - спортивные соревнования с самой большой зрительской аудиторией из всех проводящихся в мире. Количество зрителей телетрансляций с чемпионатов мира превышает даже зрительскую аудиторию Олимпийских игр. Например, суммарная аудитория чемпионата мира 2002 года составила примерно 2.88 млрд. человек. 1,1 миллиарда смотрели финальный матч этого турнира по телевизору. Жеребьевку финального турнира чемпионата мира-2006 наблюдали 300 миллионов зрителей по всему миру. В последние годы совершенствование и развитие российского футбольного хозяйства направлены в первую очередь на укрепление федераций футбола на местах, развитие их инфраструктуры, более тщательного подбора кадров, предоставления региональным объединениям и региональным федерациям футбола больше самостоятельности в решении финансовых вопросов, воспитании футболистов и тренеров. РФС сотрудничает с ФИФА и УЕФА в рамках программ оказания помощи национальным федерациям по совершенствованию инфраструктуры, строительства футбольных полей с искусственным покрытием, обучению тренеров, судей, административных работников. Сегодня футбол становится все более важным социальным явлением и нужно делать все возможное для активной пропаганды и развития футбола в стране.

Список литературы

<https://legalacts.ru/doc/ukaz-prezidenta-rf-ot-18072018-n-432-ob-utverzhdanii/>.
(<https://legalacts.ru/doc/ukaz-prezidenta-rf-ot-18072018-n-432-ob-utverzhdanii/>).
https://legalacts.ru/doc/ukaz-prezidenta-rf-ot-18072018-n-432-ob-utverzhdanii/.
Получено из <https://legalacts.ru/doc/ukaz-prezidenta-rf-ot-18072018-n-432-ob-utverzhdanii/>.

https://soccer365.ru/live/match-real-madrid-barselona-smotret-onlayn/&tab=stats_games. (28 03 2020 г.). *soccer365.ru*. Получено из www.soccer365.ru: https://soccer365.ru/live/match-real-madrid-barselona-smotret-onlayn/&tab=stats_games

<https://www.fcbarcelona.com/en/club/history/decade-by-decade>. (29 05 2020 г.).
www.fcbarcelona.com. Получено из [barcelona](http://barcelona.com): www.fcbarcelona.com

<https://www.realmadrid.com/en/about-real-madrid/history/football/1931-1940-first-league-titles-and-breakout-of-the-civil-war>. (30 01 2020 г.). *www.Real-madrid.com*.
Получено из Real-madrid.com: www.Real-madrid.com

<https://www.transfermarkt.ru/real-madrid/startseite/verein/418>. (б.д.).

Галяутдинов. (22 06 2019 г.). <http://galyautdinov.ru/post/linejnaya-organizacionnaya-struktura>.

Кодекс, А. (б.д.). <http://docs2.cntd.ru/document/550660455>.

Мичурин, Е. (15 01 2020 г.). <https://megaobuchalka.ru/10/4925.html>. Получено из megaobuchalka.ru: <https://megaobuchalka.ru/10/4925.html>

Нету автора. (2003). http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_73038/.
Получено из http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_73038/.

Солнцев, И. (2019).

https://afdanalyse.ru/news/finansovyj_i_operacionnyj_analiz_dejatelnosti_futbolnogo_kluba/2013-05-10-277.