

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ ВЛАДИМИРА ДАЛЯ»

Институт управления и государственной службы  
Кафедра производственного менеджмента

УТВЕРЖДАЮ:  
Директор

(подпись)  
«12 » окт. 2025 года



ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ  
по учебной дисциплине

Спортивный маркетинг

(наименование учебной дисциплины, практики)

38.03.02 Менеджмент

(код и наименование направления подготовки (специальности))

«Менеджмент в спорте и спортивной индустрии»

(наименование профиля подготовки (специальности, магистерской программы), при отсутствии ставится прочерк)

Разработчик:  
Старший преподаватель

Омельяненко А.Л.  
(подпись)

ФОС рассмотрен и одобрен на заседании кафедры производственного менеджмента от «21» января 2025 г., протокол № 6

Заведующий кафедрой  
производственного  
менеджмента

Родионов А.В.  
(подпись)

Луганск 2025 г.

**Комплект оценочных материалов по дисциплине  
«Спортивный маркетинг»**

**Задания закрытого типа**

**Задания закрытого типа на выбор правильного ответа**

*1. Выберите один правильный ответ.*

Получить доход от спортивного мероприятия для организаторов и благотворителей относится к:

- А) объектам маркетинговой деятельности в спорте
- Б) задачам маркетинговой деятельности в спорте
- В) итогам маркетинговой деятельности в спорте

Правильный ответ: Б

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3)

*2. Выберите один правильный ответ.*

Склонить аудиторию к подражанию своему спортивному кумиру относится к:

- А) объектам маркетинговой деятельности в спорте
- Б) задачам маркетинговой деятельности в спорте
- В) итогам маркетинговой деятельности в спорте

Правильный ответ: Б

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3)

*3. Выберите один правильный ответ.*

Изменение дизайна торговой марки спортивного клуба или компании — это:

- А) Ренэйминг
- Б) Ребрэндинг
- В) Рестайлинг

Правильный ответ: В

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3)

*4. Выберите один правильный ответ.*

К объектам маркетинга относи(я)тся следующий(ие) продукт(ы):

- А) Спортивная услуга
- Б) Спортивный товар
- В) Оба варианта верны
- Г) Нет верного ответа

Правильный ответ: В

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3)

**Задания закрытого типа на установление соответствия**

*1. Сопоставьте термины с их определениями. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.*

Термины	Определения
1) Спонсорство	А) Процесс создания уникального имиджа или имени продукта в сознании потребителей..
2) Брендинг	Б) Группа людей, на которую направлены маркетинговые усилия.
3) Целевая аудитория	В) Финансовая или материальная поддержка, предоставляемая компанией в обмен на рекламные возможности.
4) Продуктовый маркетинг	Г) Использование платформ для взаимодействия с потребителями и продвижения контента
5) Социальные сети	Д) Стратегия, направленная на продвижение конкретного продукта или услуги на рынке

Правильный ответ: 1-В, 2-А, 3-Б, 4-Д, 5-Г

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3)

*2. Сопоставьте стратегии и их описание. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.*

Стратегии	Описание
1) Эмоциональный маркетинг	А) Создание и распространение ценного контента для привлечения и удержания аудитории.
2) Контент-маркетинг	Б) Использование партнерств с другими брендами или организациями для продвижения продукта
3) Партнерский маркетинг	В) Продажа товаров с символикой команды или спортсмена для увеличения доходов.
4) Прямой маркетинг	Г) Маркетинг, основанный на создании эмоциональной связи с потребителями.
5) Мерчандайзинг	Д) Направление рекламных материалов непосредственно к потребителям через различные каналы

Правильный ответ: 1-Г, 2-А, 3-Б, 4-Д, 5-В

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3)

### **Задания закрытого типа на установление правильной последовательности**

*1. Установите правильную последовательность процесса разработки маркетинговой стратегии. Запишите правильную последовательность букв слева направо:*

- А) Анализ рынка и конкурентов
- Б) Определение целевой аудитории
- В) Формулирование целей и задач
- Г) Разработка маркетингового плана
- Д) Оценка и корректировка стратегии

Правильный ответ: А, Б, В, Г, Д

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3)

2. Установите правильную последовательность этапов создания спортивного бренда. Запишите правильную последовательность букв слева направо:

- А) Исследование рынка и потребителей
- Б) Определение уникального торгового предложения
- В) Разработка визуального стиля и логотипа
- Г) Оценка восприятия бренда
- Д) Запуск рекламной кампании

Правильный ответ: А, Б, В, Д, Г

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3)

3. Установите правильную последовательность процесса организации спортивного события. Запишите правильную последовательность букв слева направо:

- А) Определение цели и формата события
- Б) Выбор места и даты проведения
- В) Разработка бюджета
- Г) Привлечение спонсоров и партнеров
- Д) Проведение события и его оценка

Правильный ответ: А, Б, В, Г, Д

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3)

4. Установите правильную последовательность этапов внедрения контент-маркетинга. Запишите правильную последовательность букв слева направо:

- А) Определение целей контент-маркетинга
- Б) Исследование интересов целевой аудитории
- В) Создание контента (статьи, видео и т.д.)
- Г) Распространение контента через каналы
- Д) Оценка эффективности контент-стратегии

Правильный ответ: А, Б, В, Г, Д

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3)

## Задания открытого типа

### Задания открытого типа на дополнение

1. Напишите пропущенное слово (словосочетание):

Определение \_\_\_\_\_ является ключевым шагом в разработке эффективной маркетинговой стратегии, так как именно на эту группу людей направлены все усилия.

Правильный ответ: целевой аудитории  
Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3)

*2. Напишите пропущенное слово (словосочетание):*

Спортивный маркетинг включает в себя использование \_\_\_\_\_ для продвижения спортивных событий и команд, а также для увеличения вовлеченности фанатов.

Правильный ответ: технологий

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3)

*3. Напишите пропущенное слово (словосочетание):*

Один из ключевых аспектов успешного спортивного маркетинга — это создание \_\_\_\_\_, который вызывает положительные эмоции у поклонников и потребителей.

Правильный ответ: бренда

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3)

*4. Напишите пропущенное слово (словосочетание):*

\_\_\_\_\_ является важным элементом спортивного маркетинга, так как позволяет привлекать внимание к командам и событиям через участие известных спортсменов.

Правильный ответ: Спонсорство

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3)

### **Задания открытого типа с кратким свободным ответом**

*1. Ответьте на вопрос:*

Что такое спонсорство в контексте спортивного маркетинга?

Правильный ответ:

Спонсорство в спортивном маркетинге — это финансовая или материальная поддержка спортивного события, команды или атлета со стороны компании в обмен на рекламные возможности и повышение узнаваемости бренда.

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3)

*2. Ответьте на вопрос:*

Какие основные цели спортивного маркетинга?

Правильный ответ:

Основные цели спортивного маркетинга включают привлечение новых фанатов, увеличение продаж билетов и мерчандайза, а также создание и поддержание положительного имиджа команды или спортсмена.

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3)

*3. Ответьте на вопрос:*

Как социальные сети влияют на спортивный маркетинг?

Правильный ответ:

Социальные сети позволяют командам и спортсменам взаимодействовать с

фанатами в реальном времени, продвигать события и контент, а также укреплять лояльность поклонников через активное участие и обратную связь.  
Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3)

**4. Ответьте на вопрос:**

Какое значение имеет спонсорство в спортивном маркетинге?

Правильный ответ:

Спонсорство играет ключевую роль в спортивном маркетинге, так как оно обеспечивает финансовую поддержку для команд и событий, а также помогает брендам повысить свою видимость и ассоциироваться с положительными эмоциями, связанными со спортом.

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3)

**Задания открытого типа с развернутым ответом**

**1. Дайте развёрнутый ответ в свободной форме**

Каковы основные стратегии, используемые в спортивном маркетинге для привлечения и удержания фанатов?

Время выполнения – 10 мин.

Ожидаемый результат:

В спортивном маркетинге существует несколько ключевых стратегий, направленных на привлечение и удержание фанатов:

1. Создание уникального контента.
2. Использование социальных сетей.
3. Организация мероприятий и акций.
4. Персонализация опыта.
5. Спонсорство и партнерство.

Критерии оценивания: наличие в ответе не менее трех ключевых стратегий, направленных на привлечение и удержание фанатов.

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3)

**2. Дайте развёрнутый ответ в свободной форме**

В чем заключается роль контент-маркетинга в стратегии спортивного бренда?

Время выполнения – 10 мин.

Ожидаемый результат:

Контент-маркетинг играет ключевую роль в стратегии спортивного бренда, помогая не только привлекать внимание к продуктам, но и формировать долгосрочные отношения с клиентами. Вот несколько основных аспектов его роли:

1. Создание бренда и его идентичности.
2. Увлечение и вовлечение аудитории.
3. Образовательный контент.
4. Поддержка продаж.

5. Увеличение видимости в поисковых системах.
6. Работа с социальными сетями.
7. Сотрудничество с влиятельными личностями.
8. Анализ и оптимизация.

Критерии оценивания: наличие в ответе не менее четырех основных аспектов роли контент-маркетинга в стратегии спортивного бренда.

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3)

### **Экспертное заключение**

Представленный фонд оценочных средств (далее – ФОС) по дисциплине «Спортивный маркетинг» соответствует требованиям ФГОС ВО.

Предлагаемые формы и средства текущего и промежуточного контроля адекватны целям и задачам реализации основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины представлены в полном объеме.

Виды оценочных средств, включенные в представленный фонд, отвечают основным принципам формирования ФОС.

Разработанный и представленный для экспертизы фонд оценочных средств рекомендуется к использованию в процессе подготовки обучающихся по указанному направлению 38.03.02 Менеджмент.

Председатель учебно-методической комиссии  
института управления и государственной службы

Студеникина В.П.

## **Лист изменений и дополнений**

№ п/п	Виды дополнений и изменений	Дата и номер протокола заседания кафедры (кафедр), на котором были рассмотрены и одобрены изменения и дополнения	Подпись (с расшифровкой) заведующего кафедрой (заведующих кафедрами)