

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

 Р.Г. Харьковский
(подпись)
« 12 » 02 2025 года



ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по учебной дисциплине
Стратегии коммерциализации спорта

38.04.02 Менеджмент

(код и наименование направления подготовки (специальности))

«Менеджмент в спорте и спортивной индустрии»

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

Разработчик:
Доцент


(подпись)

Каминская О.В.

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

Заведующий кафедрой
производственного менеджмента


(подпись)

Родионов А.В.

Луганск 2025 г.

**Комплект оценочных материалов по дисциплине
«Стратегии коммерциализации спорта»**

Задания закрытого типа

Задания закрытого типа на выбор правильного ответа

1. Выберите один правильный ответ.

Какая из стратегий спортивного маркетинга фокусируется на создании и поддержании узнаваемости бренда через логотипы, цвета и слоганы?

- А) Прямые продажи
- Б) Брендинг
- В) Потребительская лояльность
- Г) Спонсорство

Правильный ответ: Б

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4)

2. Выберите один правильный ответ.

Какая из стратегий спортивного маркетинга ориентирована на увеличение прибыли за счет предоставления продуктов или услуг с дополнительными функциями или уникальными характеристиками?

- А) Спонсорство мероприятий
- Б) Прямые продажи
- В) Дифференциация продукции
- Г) Маркетинг в социальных сетях

Правильный ответ: В

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4)

3. Выберите один правильный ответ.

Какой из перечисленных элементов не является частью маркетинговой стратегии в спортивной индустрии?

- А) Спонсорство спортивных команд
- Б) Изготовление и продажа спортивной экипировки
- В) Реклама на стадионах и во время трансляций спортивных событий.
- Г) Партнерство с известными спортсменами для продвижения бренда

Правильный ответ: Б

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4)

4. Выберите один правильный ответ.

Какой элемент маркетинговой стратегии может быть важным для увеличения прибыли от продажи билетов на спортивные события?

- А) Количество сотрудников в билетной кассе
- Б) Цвет декорации на стадионе
- В) Доступность оборудования для команды
- Г) Управление ценами

Правильный ответ: Г

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4)

Задания закрытого типа на установление соответствия

1. Установите соответствие между терминами и их определениями. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.

Термины

Определения

- | | |
|----------------------|---|
| 1) Брендинг | А) Процесс создания и поддержания имиджа |
| 2) Спонсорство | Б) Финансовая поддержка в обмен на рекламу |
| 3) Целевая аудитория | В) Группа людей, на которую направлены усилия |
| 4) Мерчандайзинг | Г) Продажа товаров с символикой команды |

Правильный ответ: 1-А, 2-Б, 3-В, 4-Г

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4)

2. Установите соответствие между стратегиями и их примерами. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.

Стратегии

Примеры

- | | |
|---------------------|--|
| 1) Прямые продажи | А) Продажа билетов на спортивные мероприятия |
| 2) Партнёрство | Б) Рекламные щиты на стадионах |
| 3) Реклама | В) Сотрудничество с другими организациями |
| 4) Социальные медиа | Г) Продвижение через Instagram и Facebook |

Правильный ответ: 1-А, 2-В, 3-Б, 4-Г

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4)

Задания закрытого типа на установление правильной последовательности

1. Установите правильную последовательность этапов разработки спортивного продукта. Запишите правильную последовательность букв слева направо:

- А) Исследование рынка
- Б) Разработка концепции
- В) Тестирование продукта

Г) Запуск продукта

Правильный ответ: А, Б, В, Г

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4)

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

А) Запуск маркетинговой кампании

Б) Разработка уникального предложения

В) Создание визуальной идентичности

Г) Определение целевой аудитории

Правильный ответ: Г, Б, В, А

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4)

3. Установите правильную последовательность этапов процесса спонсорства в спорте. Запишите правильную последовательность букв слева направо:

А) Подготовка предложения

Б) Заключение контракта

В) Поиск потенциальных спонсоров

Г) Оценка результатов спонсорства

Правильный ответ: В, А, Б, Г

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4)

4. Установите правильную последовательность этапов внедрения новых технологий в спортивную организацию. Запишите правильную последовательность букв слева направо:

А) Исследование новых технологий

Б) Оценка потребностей организации

В) Внедрение технологии

Г) Обучение персонала

Правильный ответ: А, В, Б, Г

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4)

Задания открытого типа

Задания открытого типа на дополнение

1. Напишите пропущенное слово (словосочетание):

_____ включают в себя продажу прав на трансляцию спортивных событий, что приносит значительные доходы как для команд, так и для медиа-компаний.

Правильный ответ: Медиа-права.

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4)

2. Напишите пропущенное слово (словосочетание):

Важным аспектом стратегии коммерциализации является _____ целевой аудитории для определения наиболее эффективных каналов _____ информации.

Правильный ответ: анализ, распространения.

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4)

3. Напишите пропущенное слово (словосочетание):

Использование _____ в социальных сетях позволяет командам взаимодействовать с фанатами и продвигать свои мероприятия более эффективно.

Правильный ответ: маркетинга.

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4)

4. Напишите пропущенное слово (словосочетание):

_____ – это важный аспект, который помогает определить, какие продукты или услуги будут наиболее привлекательны для целевой аудитории.

Правильный ответ: Исследование рынка.

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4)

Задания открытого типа с кратким свободным ответом

1. Ответьте на вопрос:

Назовите три ключевых элемента успешной стратегии коммерциализации для нового спортивного продукта.

Правильный ответ:

1. Исследование рынка и целевой аудитории.
2. Эффективное позиционирование продукта.
3. Разработка комплексного маркетингового плана

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4)

2. Ответьте на вопрос:

Какие преимущества предоставляет использование социальных сетей для коммерциализации спортивных мероприятий?

Правильный ответ:

Социальные сети позволяют быстро распространять информацию о событиях, акциях и новостях, а также предоставляют платформу для рекламы и продвижения товаров.

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4)

3. Ответьте на вопрос:

Объясните, почему анализ рынка важен для успешной коммерциализации спортивных продуктов?

Правильный ответ:

Анализ рынка позволяет понять потребности и предпочтения целевой аудитории, способствует более эффективному позиционированию товаров и услуг, что может привести к увеличению продаж и повышению лояльности клиентов.

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4)

4. Ответьте на вопрос:

Какие факторы необходимо учитывать при разработке стратегии мерчандайзинга для спортивной команды.

Правильный ответ:

При разработке стратегии мерчандайзинга для спортивной команды необходимо учитывать несколько факторов, включая целевую аудиторию, её предпочтения и поведение, а также актуальные тренды в спортивной моде и культуре, анализировать конкуренцию и ценовые стратегии на рынке, учитывать качество и уникальность предлагаемых товаров.

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4)

Задания открытого типа с развернутым ответом

1. Дайте развёрнутый ответ в свободной форме.

Как эффективная стратегия спонсорства может повлиять на развитие спортивной команды?

Время выполнения – 10 мин.

Ожидаемый результат:

Эффективная стратегия спонсорства может оказать значительное влияние на развитие спортивной команды по нескольким ключевым направлениям: финансовая поддержка (1); увеличение видимости и популярности (2); создание взаимовыгодных партнерств (3); улучшение имиджа и репутации (4).

Критерии оценивания: наличие в ответе не менее трех ключевых направлений.

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4)

2. Дайте развёрнутый ответ в свободной форме.

Объясните, как лицензирование может способствовать расширению бренда спортивной команды.

Время выполнения – 15 мин.

Ожидаемый результат:

Лицензирование может существенно способствовать расширению бренда спортивной команды по нескольким причинам: расширение ассортимента продукции (1); увеличение видимости бренда (2); создание партнерств (3); создание дополнительных источников дохода (4).

Критерии оценивания: наличие в ответе не менее трех причин расширения бренда спортивной команды.

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4)

Экспертное заключение

Представленный фонд оценочных средств (далее – ФОС) по дисциплине «Стратегии коммерциализации спорта» соответствует требованиям ФГОС ВО.

Предлагаемые формы и средства текущего и промежуточного контроля адекватны целям и задачам реализации основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.04.02 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 38.04.02 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)