

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 » 01 2025 года

Институт
РГ. Харьковский
ГОСУДАРСТВЕННОЙ
СИСТЕМЫ
ПОДПИСЬ

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по учебной дисциплине
Продвижение брендов спортивных организаций

(наименование учебной дисциплины, практики)

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:

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
«Продвижение брендов спортивных организаций»**

Задания закрытого типа

Задания закрытого типа на выбор правильного ответа

1. Выберите один правильный ответ.

Какой из следующих методов является наиболее эффективным для повышения узнаваемости бренда спортивной организации?

- А) Увеличение цен на билеты
- Б) Проведение рекламных кампаний в социальных сетях
- В) Сокращение количества матчей
- Г) Игнорирование отзывов фанатов

Правильный ответ: Б

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

2. Выберите один правильный ответ.

Какой из следующих факторов наиболее важен для создания положительного имиджа бренда спортивной организации?

- А) Высокие зарплаты игрокам
- Б) Участие в социальных инициативах
- В) Частые изменения тренерского состава
- Г) Игнорирование мнения фанатов

Правильный ответ: Б

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

3. Выберите один правильный ответ.

Какой из следующих способов может помочь спортивной организации привлечь молодежную аудиторию?

- А) Организация мероприятий для пожилых людей
- Б) Запуск мобильного приложения с интерактивным контентом
- В) Увеличение количества телевизионных трансляций
- Г) Снижение цен на билеты для взрослых

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 из следующих подходов помогает создать лояльность фанатов к бренду спортивной организации?

- А) Игнорирование обратной связи от фанатов
- Б) Проведение акций и конкурсов для поклонников
- В) Увеличение цен на мерчандайз
- Г) Сокращение времени общения с фанатами

Правильный ответ: Б

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

Задания закрытого типа на установление соответствие

1. Установите соответствие между методами продвижения с их эффектами. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.

Методы	Эффекты
1) Проведение мероприятий для фанатов	А) Увеличение вовлеченности аудитории
2) Использование социальных сетей для взаимодействия	Б) Повышение доверия к бренду
3) Сотрудничество с известными спортсменами	В) Увеличение узнаваемости
4) Создание уникального контента	Г) Формирование лояльности к бренду

Правильный ответ: 1-Г, 2-А, 3-Б, 4-В

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

2. Установите соответствие между стратегиями продвижения с их преимуществами. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.

Стратегии	Преимущества :
1) Запуск рекламных кампаний в интернете	А) Расширение аудитории
2) Организация благотворительных мероприятий	Б) Улучшение имиджа компании
3) Создание партнерств с другими брендами	В) Увеличение взаимодействия с фанатами
4) Разработка мобильного приложения	Г) Повышение доходов от продаж

Правильный ответ: 1-Г, 2-Б, 3-А, 4-В

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 создания рекламной кампании для спортивной организации. Запишите правильную последовательность букв слева направо:

- А) Определение целевой аудитории
 - Б) Разработка креативной концепции
 - В) Запуск рекламной кампании
 - Г) Оценка результатов
- 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 шагов для эффективного взаимодействия с фанатами. Запишите правильную последовательность букв слева направо:

- А) Сбор отзывов и предложений
- Б) Реализация изменений на основе отзывов
- В) Создание контента для общения
- Г) Установление каналов связи

Правильный ответ: Г, В, А, Б

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

3. Установите правильную последовательность этапов разработки мобильного приложения для спортивной организации. Запишите правильную последовательность букв слева направо:

- А) Исследование рынка и потребностей
- Б) Проектирование интерфейса
- В) Тестирование приложения
- Г) Запуск приложения

Правильный ответ: А, Б, В, Г

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

4. Установите правильную последовательность шагов для формирования партнерства с другими брендами. Запишите правильную последовательность букв слева направо:

- А) Определение потенциальных партнеров
- Б) Проведение переговоров
- В) Подписание соглашения
- Г) Реализация совместных проектов

Правильный ответ: А, Б, В, 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):

Основной целью _____ является создание положительного имиджа и узнаваемости спортивной организации.

Правильный ответ: брендинга

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

2. Напишите пропущенное слово (словосочетание):

Эффективное _____ позволяет спортивным организациям взаимодействовать с фанатами и привлекать новых зрителей.

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

3. Напишите пропущенное слово (словосочетание):

Использование социальных _____ стало важным инструментом для продвижения брендов спортивных организаций.

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

4. Напишите пропущенное слово (словосочетание):

Спонсорство и _____ являются ключевыми стратегиями для увеличения видимости и поддержки спортивных брендов.

Правильный ответ: партнерство
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:

Какие основные цели рекламной кампании спортивной организации?

Правильный ответ:
Основные цели включают увеличение продаж, повышение лояльности фанатов, привлечение новых зрителей и укрепление отношений с существующими болельщиками.

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

2. Ответьте на вопрос:

Какую роль играют социальные сети в продвижении спортивных брендов?

Правильный ответ:
Социальные сети позволяют взаимодействовать с фанатами, создавать интересный контент, продвигать мероприятия и анализировать поведение аудитории.

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

3. Ответьте на вопрос:

Какие мероприятия могут помочь в привлечении фанатов?

Правильный ответ:
Мероприятия, такие как фан-фесты, встречи с игроками, турниры и конкурсы, помогают укрепить связь с фанатами и повысить интерес к команде.

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

4. Ответьте на вопрос:

Что включает в себя эффективное брендирование спортивной организации?

Правильный ответ:

Эффективное брендирование включает разработку визуальной идентичности, создание запоминающегося логотипа, определение целевой аудитории и поддержание положительного имиджа.

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.

Какие мероприятия могут быть организованы для привлечения фанатов и укрепления бренда спортивной организации?

Время выполнения – 10 мин.

Ожидаемый результат:

Существует множество форматов таких мероприятий:

1. Фан-фесты, проводимые перед важными матчами;
2. Открытые тренировки;
3. Благотворительные матчи;
4. Использование цифровых технологий, таких как виртуальные мероприятия или трансляции в режиме реального времени.

Критерии оценивания: наличие в ответе не менее трех мероприятий для привлечения фанатов и укрепления бренда спортивной организации.

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

2. Дайте развёрнутый ответ в свободной форме.

Как социальные сети влияют на продвижение брендов спортивных организаций?

Время выполнения – 10 мин.

Ожидаемый результат:

Социальные сети играют важную роль в продвижении брендов спортивных организаций, предоставляя уникальные возможности для взаимодействия с аудиторией и создания сообщества вокруг бренда:

1. Увеличение охвата аудитории;
2. Создание взаимодействия;
3. Контент в реальном времени;
4. Визуальный контент;
5. Проведение конкурсов и акций;
6. Сбор обратной связи;

Критерии оценивания: наличие в ответе не менее трех компонентов влияния социальных сетей на продвижение брендов спортивных организаций.

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 «Продвижение брендов спортивных организаций» 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)