

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 » 02

Р.Г. Харьковский

2025 года



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

(подпись)

Омельяненко А.Л.

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
«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 соответствия

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 партнерств 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 брендрование спортивной организации?

Правильный ответ:

Эффективное брендинг 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 развернутый 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 развернутый 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) |
|----------|--------------------------------|--|---|
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |