

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

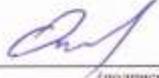
УТВЕРЖДАЮ:  
Директор  
Р.Г. Харьковский  
« 21 » Октября 2025 года



**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**  
по учебной дисциплине  
**Организационно-экономические механизмы спонсорства в спорте**  
(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**  
**«Организационно-экономические механизмы спонсорства в спорте»**

**Задания закрытого типа**

**Задания закрытого типа на выбор правильного ответа**

*1. Выберите один правильный ответ.*

Какое из следующих утверждений лучше всего описывает спонсорство в спорте?

- А) Это форма благотворительности, которая не требует возврата инвестиций.
- Б) Это коммерческое партнерство, при котором спонсор предоставляет финансирование в обмен на маркетинговые выгоды.
- В) Это форма государственной поддержки спортивных организаций.
- Г) Это обязательство спортсменов выступать только за определенную команду.

Правильный ответ: Б

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4), ПК-2 (ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3)

*2. Выберите один правильный ответ.*

Какой из следующих факторов не является основным мотивом для компаний, участвующих в спонсорстве в спорте?

- А) Увеличение бренда и его узнаваемости.
- Б) Повышение продаж продукции или услуг.
- В) Социальная ответственность и поддержка местных сообществ.
- Г) Увеличение числа сотрудников компании.

Правильный ответ: Г

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4), ПК-2 (ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3)

*3. Выберите один правильный ответ.*

Какой из следующих механизмов является наиболее распространенным в спонсорстве спортивных мероприятий?

- А) Прямые инвестиции в спортивные команды.
- Б) Разработка совместных рекламных кампаний.
- В) Предоставление бесплатных билетов на мероприятия.
- Г) Участие в благотворительных акциях.

Правильный ответ: Б

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4), ПК-2 (ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3)

*4. Выберите один правильный ответ.*

Какой из следующих видов спонсорства является наиболее распространенным в профессиональном спорте?

- А) Спонсорство отдельных спортсменов.
- Б) Спонсорство спортивных команд.
- В) Спонсорство спортивных лиг.
- Г) Спонсорство спортивных мероприятий.

Правильный ответ: Б

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4), ПК-2 (ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3)

### **Задания закрытого типа на установление соответствия**

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

Термины	Описания
1) Спонсорство	А) Долгосрочные соглашения между спонсором и спонсируемым, определяющие условия сотрудничества.
2) Мотивы спонсорства	Б) Коммерческое партнерство, при котором одна сторона предоставляет ресурсы в обмен на маркетинговые выгоды.
3) Спонсорские контракты	В) Причины, по которым компании участвуют в спонсорстве, включая увеличение продаж и улучшение имиджа.
4) Рекламные кампании	Г) Совместные мероприятия, направленные на продвижение бренда спонсора через спортивные события.

Правильный ответ: 1-Б, 2-В, 3-А, 4-Г

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4), ПК-2 (ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3)

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

Виды спонсорства	Примеры
1) Спонсорство команд	А) Бренд предоставляет финансирование для проведения чемпионата.
2) Спонсорство мероприятий	Б) Компания заключает контракт с известным спортсменом для продвижения своей продукции.
3) Спонсорство отдельных спортсменов	В) Спонсор поддерживает футбольный клуб, размещая свой логотип на форме.
4) Спонсорство лиг	Г) Организация инвестирует в развитие определенной спортивной лиги.

Правильный ответ: 1-В, 2-А, 3-Б, 4-Г

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4), ПК-2 (ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3)

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

1. Установите правильную последовательность этапов процесса спонсорства. Запишите правильную последовательность букв слева направо:

- А) Оценка результатов спонсорства
- Б) Определение целей спонсорства
- В) Выбор объекта спонсорства
- Г) Заключение спонсорского контракта

Правильный ответ: Б, В, Г, А

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4), ПК-2 (ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3)

2. Установите правильную последовательность мотивов компаний для участия в спонсорстве. Запишите правильную последовательность букв слева направо:

- А) Повышение узнаваемости бренда
- Б) Увеличение продаж
- В) Поддержка социальных инициатив
- Г) Улучшение имиджа компании

Правильный ответ: А, Г, Б, В

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4), ПК-2 (ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3)

3. Установите правильную последовательность шагов в процессе разработки спонсорской стратегии. Запишите правильную последовательность букв слева направо:

- А) Анализ целевой аудитории
- Б) Определение бюджета на спонсорство
- В) Выбор подходящих мероприятий или объектов
- Г) Оценка эффективности спонсорства

Правильный ответ: Б, А, В, Г

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4), ПК-2 (ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3)

4. Установите правильную последовательность этапов подготовки к спонсорскому мероприятию. Запишите правильную последовательность букв слева направо:

- А) Разработка рекламных материалов
- Б) Определение формата мероприятия

- В) Заключение соглашения с организаторами
  - Г) Оценка результатов мероприятия
- Правильный ответ: Б, В, А, Г
- Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4), ПК-2 (ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3)

### **Задания открытого типа**

#### **Задания открытого типа на дополнение**

*1. Напишите пропущенное слово (словосочетание):*

Спонсорство в спорте часто используется для \_\_\_\_\_ узнаваемости бренда среди целевой аудитории.

Правильный ответ: повышения

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4), ПК-2 (ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3)

*2. Напишите пропущенное слово (словосочетание):*

Одним из ключевых элементов успешного спонсорства является \_\_\_\_\_ правильного объекта или мероприятия для поддержки.

Правильный ответ: выбор

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4), ПК-2 (ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3)

*3. Напишите пропущенное слово (словосочетание):*

Спонсорские \_\_\_\_\_ определяют условия сотрудничества между спонсором и спонсируемым.

Правильный ответ: контракты

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4), ПК-2 (ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3)

*4. Напишите пропущенное слово (словосочетание):*

Эффективность спонсорства можно оценить с помощью \_\_\_\_\_ результатов, которые показывают, достигнуты ли поставленные цели.

Правильный ответ: анализов

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4), ПК-2 (ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3)

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

*1. Ответьте на вопрос:*

Каковы основные цели спонсорства в спортивной индустрии?

Правильный ответ:

Основные цели спонсорства включают повышение узнаваемости бренда, улучшение имиджа компании, увеличение продаж и поддержку социальных инициатив.

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4), ПК-2 (ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3)

*2. Ответьте на вопрос:*

Какие факторы необходимо учитывать при выборе объекта спонсорства?

Правильный ответ:

При выборе объекта спонсорства важно учитывать целевую аудиторию, репутацию объекта, соответствие ценностям компании и потенциальный возврат на инвестиции.

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4), ПК-2 (ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3)

*3. Ответьте на вопрос:*

Как можно измерить эффективность спонсорской программы?

Правильный ответ:

Эффективность спонсорской программы можно измерить с помощью анализа продаж, опросов о восприятии бренда, мониторинга медийного охвата и оценки вовлеченности аудитории.

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4), ПК-2 (ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3)

*4. Ответьте на вопрос:*

Почему важно заключать формальные контракты в спонсорстве?

Правильный ответ:

Формальные контракты важны для определения условий сотрудничества, защиты прав сторон, установления ожиданий и обеспечения прозрачности в отношениях.

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4), ПК-2 (ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3)

### **Задания открытого типа с развернутым ответом**

*1. Дайте развёрнутый ответ в свободной форме.*

Каковы основные преимущества спонсорства для компаний, инвестирующих в спортивные мероприятия?

Время выполнения – 10 мин.

Ожидаемый результат:

Спонсорство спортивных мероприятий предоставляет компаниям множество преимуществ:

1. Возможность повысить узнаваемость бренда.
2. Помогает улучшить имидж компании, ассоциируя ее с положительными эмоциями.

3. Может привести к увеличению продаж.
4. Способствовать социальной ответственности бизнеса.

Критерии оценивания: наличие в ответе не менее двух преимуществ спонсорства для компаний, инвестирующих в спортивные мероприятия.

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4), ПК-2 (ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3)

*2. Дайте развёрнутый ответ в свободной форме.*

Какие факторы влияют на выбор объекта спонсорства в спортивной индустрии?

Время выполнения – 10 мин.

Ожидаемый результат:

Выбор объекта спонсорства в спортивной индустрии зависит от множества факторов:

1. Целевая аудитория;
2. Репутация объекта спонсорства;
3. Соответствие ценностям компании.

Критерии оценивания: наличие в ответе не менее двух факторов влияющих на выбор объекта спонсорства в спортивной индустрии.

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4), ПК-2 (ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3)

### **Экспертное заключение**

Представленный фонд оценочных средств (далее – ФОС) по дисциплине «Организационно-экономические механизмы спонсорства в спорте» 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)