

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



ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по учебной дисциплине
Спортивный маркетинг
(наименование учебной дисциплины, практики)

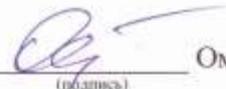
38.04.02 Менеджмент

(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
«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): УК-5 (УК-5.1, УК-5.2)

2. Выберите один правильный ответ.

Склонить аудиторию к подражанию своему спортивному кумику 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): УК-5 (УК-5.1, УК-5.2)

3. Выберите один правильный ответ.

Изменение дизайна торговой марки спортивного клуба или компании — это:

- А) Ренэйминг
- Б) Ребрендинг
- В) Рестайлинг

Правильный ответ: В

Компетенции (индикаторы): УК-5 (УК-5.1, УК-5.2)

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): УК-5 (УК-5.1, УК-5.2)

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): УК-5 (УК-5.1, УК-5.2)

2. Соответствие стратегий и их описаний. 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): УК-5 (УК-5.1, УК-5.2)

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): УК-5 (УК-5.1, УК-5.2)

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): УК-5 (УК-5.1, УК-5.2)

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): УК-5 (УК-5.1, УК-5.2)

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): УК-5 (УК-5.1, УК-5.2)

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): УК-5 (УК-5.1, УК-5.2)

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): УК-5 (УК-5.1, УК-5.2)

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): УК-5 (УК-5.1, УК-5.2)

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): УК-5 (УК-5.1, УК-5.2)

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): УК-5 (УК-5.1, УК-5.2)

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): УК-5 (УК-5.1, УК-5.2)

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): УК-5 (УК-5.1, УК-5.2)

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): УК-5 (УК-5.1, УК-5.2)

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 стратегий, используемых в спортивном маркетинге для привлечения и удержания фанатов.

Компетенции (индикаторы): УК-5 (УК-5.1, УК-5.2)

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 важную роль в стратегии спортивного бренда, способствуя созданию и укреплению связи с аудиторией, повышая узнаваемость и лояльность к бренду. Вот несколько ключевых аспектов его роли:

1. Создание ценного контента.
2. Укрепление бренда.

3. Увлечение аудитории.
4. Повышение видимости в поисковых системах.
5. Активация социальных медиа.
6. Поддержка продаж и монетизации.
7. Образование и информирование.
8. Создание долгосрочных отношений.
9. Анализ и адаптация.

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

Компетенции (индикаторы): УК-5 (УК-5.1, УК-5.2)

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 38.04.02 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) |
|----------|--------------------------------|--|---|
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |