**ФОС по дисциплине «Поведение потребителей в сфере физической культуры и спорта»**

**ОП ВО 38.04.02 Менеджмент «Менеджмент в спорте», форма обучения заочная**

ПСК-4.4 Способен руководить деятельностью структурных подразделений, связанной с проведением физкультурных, спортивных массовых мероприятий и осуществлением физкультурно-спортивной деятельности.

ПСК-4.5 Способен руководить приносящей доход деятельностью при осуществлении комплексной деятельности в области физической культуры и спорта.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Номер задания** | **Содержание вопроса** | **Компетенция** | **Время ответа, мин.** |
|  | Какие факторы влияют на выбор потребителями мест для проведения активного отдыха? A) Инфраструктура B) Политическая обстановка C) Расстояние от дома D) Экономическая ситуация | ПСК-4.4 | 2 |
|  | Поведение потребителей – это…  A) междисциплинарная социальная наука, которая сочетает в себе элементы психологии, социологии, социальной антропологии, антропологии,  этнографии, маркетинга и экономики B) исследование отдельных лиц, групп или организаций и всех видов деятельности, связанных с покупкой, использованием и распоряжением товарами и услугами, включая эмоциональные, психические и поведенческие реакции потребителя, которые предшествуют или следуют за этими действиями C) наука, исследующая, как эмоции, отношения и предпочтения влияют на покупательское поведение D) все перечисленное верно | ПСК-4.4 | 2 |
|  | Верно ли утверждение: «Система управления взаимоотношениями с клиентами  — прикладное программное обеспечение для организаций, предназначенное для автоматизации стратегий взаимодействия с заказчиками (клиентами), в частности, для повышения уровня продаж, оптимизации маркетинга и улучшения обслуживания клиентов путём сохранения информации о клиентах и истории взаимоотношений с ними, установления и улучшения бизнес-процессов и последующего анализа результатов»?  - Верно  - Не верно | ПСК-4.4 | 2 |
|  | Сопоставьте ответы потребителей с их описанием.  - эмоциональные (или аффективные) реакции  - психические (или когнитивные) ответы  - поведенческие (или сопутствующие) ответы  -- относятся к наблюдаемым ответам потребителя в отношении покупки и распоряжения товарами или услугами;  -- относятся к эмоциям, таким как чувства или настроение;  -- относятся к мыслительным процессам потребителя | ПСК-4.4 | 3 |
|  | Что из перечисленного влияет на выбор потребителей в сфере физической культуры и спорта? A) Погода B) Цвет одежды C) Реклама D) Музыка | ПСК-4.4 | 2 |
|  | Какие спортивные мероприятия наиболее популярны среди потребителей? A) Шахматы B) Футбол C) Эстафеты  D) Карате | ПСК-4.4 | 2 |
|  | Какие факторы влияют на потребительское поведение при выборе спортивного оборудования и одежды? A) Цена B) Дизайн C) Качество товара D) Все перечисленное | ПСК-4.4 | 2 |
|  | Соотнесите виды поведения потребителей в сфере физической культуры и спорта с деятельностью: a. Пассивное потребление спортивной информации b. Активное участие в спортивных мероприятиях c. Посещение спортивных мероприятий  - просмотр спортивных новостей по телевизору  - присутствие на матче по баскетболу  - участие в спортивных играх | ПСК-4.4 | 3 |
|  | Сопоставьте типы потребителей в сфере физической культуры и спорта с их действиями: a. Профессиональный спортсмен b. Фанат спортивных событий c. Любитель активного отдыха d. Потребитель спортивных товаров  - покупка спортивных кроссовок  - оформление карты болельщика  - нанесение логотипов спонсоров на стартовый костюм  - аренда площадки для пляжного волейбола | ПСК-4.4 | 3 |
|  | Соотнесите факторы, влияющие на поведение потребителей в сфере физической культуры и спорта, с их описанием: a. Социокультурное окружение b. Финансовые возможности c. Личные предпочтения и интересы d. Рекламный воздействие  - влияние рекламы и маркетинговых кампаний на потребителей, включая информацию о товарах и услугах, брендах и спортивных событиях, которые могут повлиять на принятие решения о покупке или участии в спортивных мероприятиях;  - денежные ресурсы, которые потребители могут потратить на спортивные товары и услуги, такие как членство в спортивном клубе, оборудование для занятий спортом или посещение спортивных мероприятий;  - влияние общественных и культурных факторов на потребителей, включая воспитание, традиции, мнения окружающих и общественное мнение о спорте и здоровом образе жизни;  - индивидуальные предпочтения, увлечения и интересы потребителей в сфере физической культуры и спорта, которые могут варьироваться от конкретного вида спорта до предпочтений в выборе спортивной одежды и обуви. | ПСК-4.4 | 3 |
|  | Сопоставьте этапы процесса принятия решения о потреблении спортивных товаров с их описанием: a. Поиск информации b. Оценка альтернатив c. Принятие решения d. Покупка e. Оценка результатов  - этот этап происходит после приобретения товара, когда потребитель оценивает его качество, удовлетворенность покупкой и эффективность использования.  - этап, на котором потребитель ищет информацию о различных спортивных товарах, их характеристиках, ценах, отзывах и т.д.  - потребитель приобретает выбранный спортивный товар у продавца или в интернет-магазине.  - потребитель сравнивает различные спортивные товары, анализирует их характеристики, цены, доступность и выбирает наиболее подходящий вариант.  - на этом этапе потребитель делает окончательное решение о покупке спортивного товара на основе собранной информации и проведенной оценки альтернатив. | ПСК-4.5 | 3 |
|  | Сопоставьте основные виды мотивации потребления спортивных услуг с их характеристиками: a. Здоровье  b. Достижение спортивных результатов c. Общение и социальная активность d. Показ статуса и престижа e. Приобретение новых навыков и умений  - стремление к улучшению спортивных навыков, участие в соревнованиях, достижение высоких результатов в спорте.  - желание общаться с единомышленниками, участие в командных видах спорта, расширение круга общения через занятия спортом.  - желание заботиться о своем физическом и психическом благополучии, поддержание физической формы и укрепление здоровья.  - желание освоить новые виды спорта, улучшить технику или приобрести новые знания в области спорта.  - использование спортивных занятий и услуг для демонстрации своего социального статуса, привлекательности и успеха. | ПСК-4.5 | 3 |
|  | Какое влияние оказывают реклама и маркетинг на выбор потребителей в сфере спорта и физической культуры? A) Создание лояльности к бренду B) Финансовые возможности C) Развлечение потребителя D) Влияние на решение о покупке | ПСК-4.5 | 2 |
|  | Какие факторы в большей степени влияют на решение потребителей при выборе тренера или инструктора по физической культуре и спорту?  A) Образование и компетенции B) Цвет глаз C) Рекомендации D) Национальность | ПСК-4.5 | 2 |
|  | Какие факторы влияют на привлечение новых клиентов фитнес-центрами и спортивными клубами? A) Негативные отзывы B) Не соответствие качества услуг цене C) Уникальные предложения D) Маркетинг и реклама | ПСК-4.5 | 2 |
|  | Лояльные потребители… A) не удовлетворены услугой B) могут стать постоянными клиентами C) склонны дать рекомендации друзьям D) уходят к конкурентам | ПСК-4.5 | 2 |
|  | Какие современные тенденции изменяют потребительское поведение в сфере физической культуры и спорта? A) Политическая обстановка B) Расширение спектра спортивных активностей C) Строительство новых поликлиник D) Использование технологий | ПСК-4.5 | 2 |
|  | Какие факторы влияют на принятие решений об участии в спортивных соревнованиях и мероприятиях? A) Темперамент организатора B) Количество обслуживающего персонала C) Финансовые возможности D) Уровень соревнований и мероприятий | ПСК-4.5 | 2 |
|  | Какие факторы влияют на привлечение молодежи к занятиям спортом и физической активностью? A) Модные тренды и социальные медиа B) Заметки в газетах C) Реклама табачной продукции D) Финансовая грамотность | ПСК-4.5 | 2 |
|  | Верно ли утверждение: «Целевая группа - это изучение взглядов и интересов людей в сочетании с типичными демографическими данными с целью сформировать более полное представление о целевых рынках и аудиториях»?  - Верно  - Не верно | ПСК-4.5 | 2 |
|  | Какие факторы влияют на выбор потребителей в сфере физической культуры и спорта? | ПСК-4.4 | 10 |
|  | Какие спортивные мероприятия и мероприятия физической культуры наиболее популярны среди потребителей? | ПСК-4.4 | 8 |
|  | Какие факторы влияют на потребительское поведение при выборе спортивного оборудования и одежды? | ПСК-4.4 | 10 |
|  | Какова роль цены в принятии решений потребителями в сфере физической культуры и спорта? | ПСК-4.4 | 10 |
|  | Как потребители выбирают места для занятий спортом и физической активностью? | ПСК-4.4 | 10 |
|  | Какое влияние оказывают реклама и маркетинг на выбор потребителей в сфере спорта и физической культуры? | ПСК-4.4 | 10 |
|  | Какие факторы влияют на решение потребителей при выборе тренера или инструктора по физической культуре и спорту? | ПСК-4.4 | 10 |
|  | Как работает лояльность потребителей в сфере физической культуры и спорта? | ПСК-4.4 | 10 |
|  | Какие факторы влияют на привлечение новых клиентов фитнес-центрами и спортивными клубами? | ПСК-4.4 | 10 |
|  | Как потребители оценивают качество услуг в фитнес-центрах и спортивных клубах? | ПСК-4.4 | 10 |
|  | Какие факторы влияют на выбор потребителями спортивной питания и добавок? | ПСК-4.5 | 10 |
|  | Как сезонные изменения влияют на потребительское поведение в сфере физической культуры и спорта? | ПСК-4.5 | 10 |
|  | Какие современные тенденции изменяют потребительское поведение в сфере физической культуры и спорта? | ПСК-4.5 | 10 |
|  | Какие факторы влияют на выбор потребителями спортивной обуви? | ПСК-4.5 | 10 |
|  | Какие факторы влияют на привлечение женщин к занятиям спортом и физической культурой? | ПСК-4.5 | 10 |
|  | Какие факторы влияют на привлечение молодежи к занятиям спортом и физической активностью? | ПСК-4.5 | 12 |
|  | Какие факторы влияют на выбор потребителями мест для проведения активного отдыха? | ПСК-4.5 | 10 |
|  | Какие факторы влияют на принятие решений об участии в спортивных соревнованиях и мероприятиях? | ПСК-4.5 | 10 |
|  | Какие факторы влияют на выбор потребителями мест для проведения занятий открытыми видами спорта? | ПСК-4.5 | 10 |
|  | Какие факторы влияют на выбор потребителями мест для проведения спортивно-туристических мероприятий? | ПСК-4.5 | 10 |