**ФОС по дисциплине «Спонсорство в спорте»**

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

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

ПСК-4.7 Способен обеспечивать координацию работ федераций по видам спорта и организаций физической культуры и спорта по подготовке спортсменов высокого класса и их участию в официальных всероссийских и международных спортивных соревнованиях в составе спортивных сборных команд.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Номер задания** | **Содержание вопроса** | **Компетенция** | **Время ответа, мин.** |
|  | **Что относится к спортивному спонсорству?**  анализ аудитории спортивного события  проведение рекламных акций  организация тренировок  медицинское обеспечение спорта | ПСК-4.5 | 2 |
|  | **Спортивное спонсорство востребовано в наименьшей степени в …**  профессиональных спортивных клубах  фитнес-клубах  муниципальных органах управления спортом  спортивных федерациях | ПСК-4.5 | 2 |
|  | Что относится к продуктам, создаваемым в спортивном спонсорстве?  спонсорские предложения  спортивные сооружения  партнерские предложения  спортивная информация  спортивная реклама | ПСК-4.5 | 2 |
|  | **Цели спортивного спонсорства обычно формулируются с использованием контентных (качественных), количественных и временных характеристик – например, примерную спонсорскую цель спортивной лиги можно сформулировать так: «…»**  значительно увеличить прибыль от обслуживания болельщиков в течение трех месяцев  увеличить количество спонсоров лиги с 6 до 8 в течение года  повысить число болельщиков спортивной лиги  верно все перечисленное | ПСК-4.5 | 3 |
|  | **В качестве спонсоров в спорте чаще всего выступают …**  бренды алкогольных напитков  производители продуктов массового потребления  поставщики услуг  спортивные организации | ПСК-4.5 | 2 |
|  | **Установите соответствие между спортивными организациями и их главными рыночными продуктами:**  A. спортивная федерация  B. фитнес-клуб  C. профессиональная лига  D. спортивное сооружение ­  E. профессиональный футбольный клуб  - домашний матч  - оздоровительная услуга  - профессиональный турнир  - аренда  - чемпионат страны | ПСК-4.5 | 3 |
|  | Верно ли утверждение: «Спонсор — лицо, оказывающее благотворительную деятельность.»?  Верно  Не верно | ПСК-4.5 | 2 |
|  | Что такое спортивное спонсорство?  Правила организации спортивных соревнований  Финансовая поддержка спортивных мероприятий  Тренировки спортсменов  Благотворительность в спортивной индустрии | ПСК-4.5 | 2 |
|  | Что из перечисленного относится к основным коммуникационным задачам спонсоринга, направленного на формирование широкого общественного мнения?  Создание положительного имиджа у "широкой публики"  Демонстрация финансовой мощи, которая преследует цель формирования образа надежного и устойчивого, с точки зрения финансового потенциала, партнера  Создание у сотрудников положительного образа фирмы  Привлечение талантливых людей к сотрудничеству с фирмой-спонсором | ПСК-4.5 | 2 |
|  | Верно ли утверждение?  «Финансирование проектов коммерческой направленности воспринимается потребителем лучше, чем участие в мероприятиях, значимых с социальной точки зрения.»  Верно  Не верно | ПСК-4.5 | 2 |
|  | Инвестор — это…  лицо или организация, размещающие капитал с целью последующего получения прибыли (верно)  лицо или организация, ориентированные на работу с инновационным и предприятиями и проектами (стартапами)  лицо, дающее финансовую и экспертную поддержку компаниям на ранних этапах развития  лицо, размещающее частный капитан на фондовой бирже | ПСК-4.7 | 2 |
|  | Верно ли утверждение?  «Бизнес-инкубатор — это организация, занимающаяся поддержкой проектов молодых предпринимателей на всех этапах развития: от разработки идеи до её коммерциализации.»  Верно  **Не верно** | ПСК-4.7 | 2 |
|  | Спонсор — это лицо, которое предоставляет средства (или обеспечивает их предоставление) для:  организации и (или) проведения спортивного, культурного или любого иного мероприятия  создания и (или) трансляции теле- или радиопередачи  создания и (или) использования иного результата творческой деятельности  все перечисленное | ПСК-4.7 | 2 |
|  | Какие компании выступают в роли спонсоров спортивных мероприятий?  - А) Только компании, связанные с спортом.  - Б) Различные компании, независимо от их сферы деятельности.  - В) Только производители спортивной одежды и оборудования.  - Г) Только производители пищевой продукции | ПСК-4.7 | 2 |
|  | Какой вид спонсорства в спорте чаще всего предполагает долгосрочное партнерство и интеграцию бренда во всех аспектах соревнования?  - А) Индивидуальное спонсорство спортсменов.  - Б) Спонсорство спортивных мероприятий и фестивалей.  - В) Спонсорство команд и клубов.  - Г) Глобальное спонсорство | ПСК-4.7 | 2 |
|  | Спортивное спонсорство – это …  Инвестиции в спортивную деятельность в наличных деньгах или в другой форме, которые вкладываются в обмен на возможность получить доступ к выгодному для использования коммерческому потенциалу, связанному с широким публичным охватом спортивной деятельности  Реклама, распространяемая на условии обязательного упоминания в ней об определенном лице как о спонсоре  Оказание адресной целевой помощи физическим и юридическим лицам  Мероприятия, нацеленные на увеличение товарооборота, объемов продаж, прибыли, продвижение продукта, привлечение клиентов | ПСК-4.7 | 3 |
|  | Установите соответствие:  B2C  B2B  - коммерческие взаимоотношения между организацией и частными лицами, так называемыми «конечными» потребителями  - вид информационного и экономического взаимодействия, классифицированного по типу взаимодействующих субъектов, в данном случае это — юридические лица, работающие не на конечного рядового потребителя, а на такие же компании, то есть на другой бизнес.  - прямое продвижение в традиционных маркетинговых каналах, которые дают большой охват(направленность идёт на широкие массы): объявления и рекламные ролики в СМИ, наружная реклама | ПСК-4.7 | 3 |
|  | Полный комплект юридических, финансовых и программных документов, который дает возможность потенциальным спонсорам выбрать статус своего присутствия в проекте, уяснить свои информационно-рекламные возможности и, самое главное, финансовые затраты – это…  Спонсорский пакет  Промоакция  Директ-маркетинг  Аспекты в работе со спонсорами | ПСК-4.7 | 2 |
|  | Какие из нижеперечисленных компаний могут быть потенциальными спонсорами спортивных мероприятий?  - А) Только компании, занимающиеся продажей медицинских товаров.  - Б) Только компании из сферы информационных технологий.  - В) Компании из различных сфер деятельности, включая автомобильную, пищевую и финансовую сферы.  - Г) Только компании, производящие спортивную одежду. | ПСК-4.7 | 2 |
|  | Какое из следующих утверждений лучше всего характеризует значение спонсорства в развитии спортивных событий?  - А) Спонсорство в спорте оказывает минимальное влияние на развитие спортивных мероприятий.  - Б) Спонсорство может значительно содействовать развитию и успеху спортивных событий, обеспечивая финансовую поддержку и повышая их привлекательность для аудитории.  - В) Спонсорство спортивных событий ограничивается только размещением логотипов на форме спортсменов.  - Г) Спонсорство не важно для спортивных событий и не влияет на их успех. | ПСК-4.7 | 2 |
|  | Какие преимущества спонсорство приносит компании-спонсору? | ПСК-4.5 | 10 |
|  | Какой из видов спонсорства наиболее распространен в спорте? | ПСК-4.5 | 10 |
|  | Какой вид спонсорства охватывает поддержку спортивных мероприятий на местном уровне? | ПСК-4.5 | 10 |
|  | Какие секторы экономики наиболее активно используют спонсорство? | ПСК-4.5 | 10 |
|  | Какой из нижеперечисленных спортивных событий считается наиболее привлекательным для крупных спонсоров? Обоснуйте выбор ответа.  - Местные соревнования.  - Олимпийские игры и Чемпионаты мира.  - Марафоны и полумарафоны. | ПСК-4.5 | 10 |
|  | Какие факторы могут влиять на выбор компанией-спонсором конкретного спортивного мероприятия? | ПСК-4.5 | 10 |
|  | Каким образом спонсорство может помочь спортсменам? | ПСК-4.5 | 10 |
|  | Какой показатель часто используется для измерения эффективности спонсорской деятельности? | ПСК-4.5 | 10 |
|  | Какие из перечисленных видов спонсорской деятельности могут использовать компании для продвижения своих товаров? Обоснуйте выбор ответа.  - Постоянное спонсорство.  - Спонсорство мероприятий и фестивалей. | ПСК-4.5 | 10 |
|  | Какова роль спортивных агентов в сфере спонсорства в спорте? | ПСК-4.5 | 10 |
|  | Какие стратегии могут помочь спонсорам максимально извлечь выгоду из своих инвестиций в спорт? | ПСК-4.7 | 10 |
|  | Какие факторы могут вызвать разрыв спонсорского соглашения? | ПСК-4.7 | 10 |
|  | Какие риски связаны со спонсорством в спорте и как их можно управлять? | ПСК-4.7 | 15 |
|  | Каким образом спонсорство в спорте может повысить узнаваемость бренда и привлечь новых клиентов? | ПСК-4.7 | 10 |
|  | Какие тренды и новации наблюдаются в области спонсорства в спорте? | ПСК-4.7 | 10 |
|  | Какие стратегии активации спонсорства в спорте могут помочь компании максимально использовать свои инвестиции? | ПСК-4.7 | 10 |
|  | **Компания М. планирует инвестировать в детско-юношеский спорт. С чего стоит начать?** | ПСК-4.7 | 10 |
|  | **Какие виды спонсорства наиболее распространены для спортивных федераций?** | ПСК-4.7 | 10 |
|  | **На каком уровне развития находится спонсорство любительского спорта в России?** | ПСК-4.7 | 10 |
|  | Какие примеры успешного спортивного спонсорства в мировой практике можно назвать? | ПСК-4.7 | 10 |