**ФОС по дисциплине «Бизнес-проектирование в сфере физической культуры и спорта»**

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

ОПК-4 Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций.

УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Номер задания** | **Содержание вопроса** | **Компетенция** | **Время ответа, мин.** |
|  | Какой из следующих факторов не является частью бизнес-проектирования в сфере физической культуры и спорта? a) Маркетинг и реклама b) Финансовое планирование c) Формирование спортивного графика d) Управление персоналом | ОПК-4 | 2 |
|  | Какой из следующих подходов используется для оценки рыночного спроса на услуги физической культуры и спорта? a) Анализ SWOT b) Опрос целевой аудитории c) Анализ конкурентов d) Оценка рисков | ОПК-4 | 2 |
|  | Какой из следующих элементов не обязателен для разработки бизнес-плана? a) Миссия и цель компании b) Финансовое планирование c) Маркетинговая стратегия d) Описание техники выполнения спортивных упражнений | ОПК-4 | 2 |
|  | Какие факторы необходимо учитывать при выборе местоположения для открытия спортивного центра? a) Близость к поликлиннкике b) Транспортная доступность c) Потенциальная аудитория d) Расстояние до ближайшего супермаркета | ОПК-4 | 2 |
|  | Какие финансовые инструменты помогают в привлечении инвестиций для проектов в сфере физической культуры и спорта? a) Биржевые фонды b) Кредитные карты c) Кредиты для малого и среднего бизнеса d) Финансовые гарантии | ОПК-4 | 2 |
|  | Какой из следующих факторов важен для управления персоналом в спортивном бизнесе? a) Эффективная коммуникация  b) Специализированные курсы c) Положительный баланс d) Вакансии на рынке труда | ОПК-4 | 2 |
|  | Анализ конкурентов — это…  a) общий план действий компании по привлечению потребителей и конвертации их в клиентов  b) утвержденный в организации комплекс принципов и методик определения цен на товары и услуги с учетом типа сложившейся на рынке конкурентной модели c) долгосрочный план действий по продвижению компании или продукта на различных рекламных площадках d) изучение ключевых характеристик и показателей компаний-конкурентов, таких как ассортимент, ценовая политика, рекламная стратегия, прибыль и объем продаж | ОПК-4 | 3 |
|  | Какие технологии можно использовать для оптимизации процессов в спортивном бизнесе? a) Мобильные приложения для записи на тренировки b) Виртуальные тренировки c) Автоматизация процессов d) Все вышеперечисленное | ОПК-4 | 2 |
|  | Какой вид маркетинговых мероприятий рационально проводить для привлечения новых клиентов в спортивный клуб? a) Реклама в социальных сетях b) Сезонные скидки и акции для постоянных клиентов c) Участие в выставках и ярмарках d) Продажа спортивной техники Правильный ответ: a) Реклама в социальных сетях | ОПК-4 | 2 |
|  | Какое влияние оказывает обучение персонала на качество услуг в спортивном центре? a) Улучшение профессиональных навыков b) Повышение удовлетворенности клиентов c) Улучшение репутации компании d) Все вышеперечисленное | ОПК-4 | 2 |
|  | План осуществления бизнес-операций, действий фирмы, содержащий сведения о фирме, товаре, его производстве, рынках сбыта, маркетинге, организации операций и их эффективности – это…  a) Бизнес-план  b) Маркетинговая стратегия  c) Контент-план  d) Финансовое планирование | УК-2 | 2 |
|  | Какую роль играет PR-стратегия в развитии спортивного бизнеса? a) Формирование положительного имиджа компании b) Привлечение внимания СМИ c) Обучение персонала d) Автоматизация процессов | УК-2 | 2 |
|  | Утверждение «20 % усилий дают 80 % результата, а остальные 80 % усилий — лишь 20 % результата» - это…  a) Закон Парето b) Матрица Эйзенхауэра c) Метод "Pomodoro" d) Тайм-менеджмент | УК-2 | 2 |
|  | Верно ли утверждение: «Управление временем – это технология организации времени и повышения эффективности его использования»?  Верно  Не верно | УК-2 | 2 |
|  | Какие методы маркетинговых исследований можно использовать для обоснования бизнес-проекта в сфере физической культуры и спорта? a) Анализ трендов спортивной индустрии b) Разработка инновационных фитнес-технологий c) Сравнительный анализ конкурентов d) Подбор высококвалифицированных тренеров | УК-2 | 2 |
|  | Какие правовые аспекты необходимо учитывать при открытии спортивного бизнеса? a) Федеральные стандарты спортивной подготовки b) Налоговое законодательство c) Трудовое законодательство d) Распоряжение Правительства Российской Федерации «Об утверждении Стратегии развития физической культуры и спорта в Российской Федерации на период до 2030 года» | УК-2 | 2 |
|  | Какие факторы влияют на снижение рисков при принятии решений в спортивном бизнесе? a) Анализ статистических данных b) Предварительное тестирование решений c) Закупка нового оборудования d) Увеличение количества услуг | УК-2 | 2 |
|  | Что из перечисленного можно отнести к нестандартным услугам, которые можно предложить в рамках спортивного бизнес-проекта? a) Персональные тренировки b) Основы спортивной психологии  c) Функциональный тренинг d) Экстремальные виды спорта | УК-2 | 2 |
|  | Что важно учитывать при разработке спортивных программ для различных возрастных категорий? a) Объем и интенсивность тренировок b) Количество тренеров c) Интересы и предпочтения клиентов d) Количество проданных абонементов | УК-2 | 2 |
|  | Верно ли утверждение: «Бизнес-план содержит только миссию компании и анализ рынка»?  Верно  Не верно | УК-2 | 2 |
|  | Каковы основные шаги при разработке бизнес-проекта в сфере физической культуры и спорта? | ОПК-4 | 15 |
|  | Какие факторы следует учитывать при планировании финансовых расходов для спортивного бизнеса? | ОПК-4 | 15 |
|  | Какие инновации можно внедрить для привлечения клиентов в фитнес-центр или спортивный клуб? | ОПК-4 | 15 |
|  | Какие маркетинговые стратегии эффективны для продвижения услуг в области физической культуры и спорта? | ОПК-4 | 15 |
|  | Каковы основные требования к разработке бизнес-плана для открытия спортивного комплекса? | ОПК-4 | 15 |
|  | Какие виды спортивных услуг и программ можно предложить в рамках бизнес-проекта? | ОПК-4 | 10 |
|  | Как выбрать подходящее местоположение для спортивного объекта? | ОПК-4 | 15 |
|  | Какие факторы могут повлиять на успешность бизнес-проекта в сфере физической культуры и спорта? | ОПК-4 | 15 |
|  | Какие технологии можно использовать для автоматизации процессов в спортивном бизнесе? | ОПК-4 | 15 |
|  | Какие виды тренировок или занятий наиболее востребованы среди клиентов в фитнес-индустрии? | ОПК-4 | 12 |
|  | Каковы особенности управления персоналом в спортивном бизнесе? | УК-2 | 12 |
|  | Какие меры безопасности следует предпринимать при разработке бизнес-проекта для спортивного объекта? | УК-2 | 15 |
|  | Какие виды оборудования необходимы для открытия современного спортивного клуба? | УК-2 | 15 |
|  | Какие виды услуг для детей и подростков можно включить в бизнес-проект в сфере физической культуры и спорта? | УК-2 | 15 |
|  | Как оценить потенциальную прибыль и рентабельность спортивного бизнеса? | УК-2 | 12 |
|  | Каковы основные этапы разработки и внедрения концепции брендинга для спортивного комплекса? | УК-2 | 15 |
|  | Как организовать работы с поставщиками и партнерами для спортивного бизнеса? | УК-2 | 12 |
|  | Какие виды программ и мероприятий можно проводить для удержания постоянных клиентов в спортивном центре? | УК-2 | 12 |
|  | Какие виды финансирования могут быть использованы для реализации бизнес-проекта в сфере физической культуры и спорта? | УК-2 | 12 |
|  | Какие тенденции и перспективы развития спортивного бизнеса можно выделить на ближайшие годы? | УК-2 | 12 |