Приложение 4

к рабочей программе дисциплины

МАРКЕТИНГ В ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЕ И СПОРТЕ

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

по дисциплине

**МАРКЕТИНГ В ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЕ И СПОРТЕ**

Направление подготовки: 49.03.01 Физическая культура

Профиль подготовки: Менеджмент в физической культуре и спорте

Уровень высшего образования: Бакалавриат

Форма обучения: Очная

Санкт-Петербург

2024 г.

ПСК-1.01 Способен обеспечивать методическое сопровождение проектного, отборочного, тренировочного и образовательного процессов, осуществлять контроль в области физической культуры и спорта

| **Номер задания** | **Содержание вопроса** | **Тип вопроса** | **Уровень сложности** | **Время ответа, мин.** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Прочитайте текст и установите соответствие  Установите соответствие между инструментами спортивного маркетинга и их характеристиками.  К каждой позиции в левом столбце, подберите позицию из правого столбца.   |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | 1. | Продажа товаров с символикой спортивных клубов | А. | Спонсорство в спорте | | 2. | Партнерство с брендами для продвижения через спортивные события | Б. | Мерчандайзинг | | 3. | Организация активностей на стадионах для болельщиков | В. | Спортивный ивент-маркетинг | | 4. | Размещение логотипов компаний на форме спортсменов | Г. |  | | 5. | Проведение мастер-классов с известными спортсменами |  |  | | На соответствие | Базовый | 3 |
|  | Прочитайте текст и установите соответствие  Установите соответствие между действиями и предполагаемыми последствиями.  К каждой позиции в левом столбце, подберите позицию из правого столбца.   |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | 1. | Запуск краудфандинг-кампании для модернизации спортивного стадиона | А. | Финансовая поддержка | | 2. | Разработка мобильного приложения для болельщиков | Б. | Увеличение продаж от мерчандайзинга | | 3. | Создание подкаста с тренером команды | В. | Повышение вовлеченности болельщиков | | 4. | Партнерство с локальным бизнесом | Г. | Стратегическое взаимодействие с ключевыми субъектами регионального развития | | 5. | Лицензирование спортивного бренда |  |  | | 6. | Проведение открытой тренировки с приглашением в СМИ и зрителей |  |  | | На соответствие | Повышенный | 5 |
|  | Прочитайте текст и установите последовательность  В каком порядке следует выполнять действия при управлении репутационным кризисом?  Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо без пробелов и точек.  1 - Публичное обращение к аудитории через СМИ и социальные сети  2 - Разработка официальной позиции и коммуникационной стратегии  3 - Мониторинг реакции и корректировка действий  4 - Сбор рабочей группы и диагностика степени воздействия  5 - Фиксация факта репутационного кризиса | На послед-ть | Базовый | 3 |
|  | Прочитайте текст и установите последовательность  Установите правильную последовательность разработки спонсорского пакета для футбольного клуба.  Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо без пробелов и точек.  1 - Сегментация спонсоров по уровням вовлеченности  2 - Исследование рынка потенциальных спонсоров  3 - Подписание контрактов и интеграция партнерских брендов  4 - Анализ текущих спонсорских активов клуба  5 - Проведение переговоров с ключевыми потенциальными партнерами  6 - Разработка индивидуальных предложений для каждого сегмента | На послед-ть | Повышенный | 5 |
|  | Прочитайте текст и установите последовательность  Установите верную последовательность этапов разработки и внедрения цифровой платформы для футбольной академии.  Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо без пробелов и точек.  1 - Разработка технического задания с выделением приоритетных функций  2 - Пилотное тестирование цифровой платформы ключевыми пользователями  3 - Аудит существующих IT-систем академии  4 - Опрос тренеров о потребностях и функционале платформы  5 - Полномасштабный запуск платформы с обучением персонала  6 - Анализ цифровых платформ у основных конкурентов | На послед-ть | Высокий | 6 |
|  | Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа  На фоне неудовлетворительных спортивных результатов сезона наблюдается рост негативной реакции со стороны болельщиков спортивного клуба, выражающейся в требованиях о смене тренерского штаба. Определите приоритетное коммуникационное действие для стабилизации ситуации.  Запишите номер выбранного ответа без точки и обоснование выбора  1 - Организация пресс-конференции с участием капитана команды  2 - Проведение аналитического брифинга для членов официального фан-клуба  3 - Публикация информации о планируемых трансферах игроков  4 - Личное обращение главного тренера к болельщикам | Комбинир. с 1-м ответом | Базовый | 3 |
|  | Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа  Компания-разработчик выводит на рынок мобильное приложение для анализа биомеханики бега. Целевая аудитория: бегуны-любители 25-45 лет. Бюджет на маркетинг ограничен. Определите наиболее эффективный канал продвижения продукта на старте продаж.  Запишите номер выбранного ответа без точки и обоснование выбора  1 - Таргетированная реклама в специализированных спортивных приложениях  2 - Партнерство с блогерами (5-50 тыс. подписчиков)  3 - Продвижение на локальных забегах (раздача рекламных листовок)  4 - Контекстная реклама по запросам «как улучшить технику бега» | Комбинир. с 1-м ответом | Базовый | 3 |
|  | Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа  Анализ отчетности показал, что выручка фудкорта на стадионе составляет 65% от плановых показателей, пиковая нагрузка в перерывах приводит к образованию очередей (15+ минут ожидания), 40% посетителей не совершают покупки из-за временных ограничений. Внедрите решение для увеличения выручки фудкорта в течение следующего квартала без расширения площади и увеличения штата.  Запишите номер выбранного ответа без точки и обоснование выбора  1 - Увеличение количества точек продаж на 30%  2 - Внедрение системы предзаказа через мобильное приложение  3 - Организация тематических фестивалей уличной еды  4 - Корректировка ценовой политики (снижение цен на 15-20%) | Комбинир. с 1-м ответом | Базовый | 3 |
|  | Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.  Какие из перечисленных методов маркетинга наиболее эффективны для привлечения целевой аудитории в спортивную школу?  Запишите номера выбранных ответов без пробелов и точек и обоснование выбора  1 - Размещение рекламы в специализированных спортивных СМИ и на тематических онлайн-платформах  2 - Проведение бесплатных мастер-классов с известными спортсменами  3 - Рассылка рекламных писем без сегментации аудитории  4 - Создание мотивационных видеороликов с историями успеха учеников школы | Комбинир. с 2-мя и более ответами | Базовый | 3 |
|  | Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.  Какие из перечисленных стратегий помогут повысить лояльность аудитории к спортивному клубу?  Запишите номера выбранных ответов без пробелов и точек и обоснование выбора  1 - Внедрение программы бонусов и скидок для постоянных клиентов  2 - Проведение закрытых мероприятий для топ-менеджеров клуба  3 - Создание онлайн-сообщества с обратной связью и эксклюзивным контентом  4 - Блокировка пользователей, оставляющих негативные отзывы в социальных сетях | Комбинир. с 2-мя и более ответами | Базовый | 3 |
|  | Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.  Сетевой фитнес-клуб расширяет деятельность, запуская новое направление – групповые программы для детей 5-14 лет. Необходимо разработать стратегию продвижения, обеспечивающую стабильный набор групп и формирование положительного имиджа клуба.  Запишите номера выбранных ответов без пробелов и точек и обоснование выбора  1 - Таргетированная digital-кампания в соцсетях с акцентом на квалификацию тренеров и безопасность инфраструктуры  2 - B2B-партнерство с образовательными учреждениями для организации пробных занятий  3 - Акцент в продвижении на низкую цену абонемента без выделения преимуществ качества услуг  4 - Бонусная программа, стимулирующая воспитанников и родителей к созданию и распространению позитивного контента в социальных сетях, отражающего деятельность клуба  5 - Полный отказ от онлайн-продвижения, с целью экономии денежных средств, с расчетом на рекомендации клиентов | Комбинир. с 2-мя и более ответами | Повышенный | 5 |
|  | Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ  Фитнес-клуб запустил рекламу в социальных сетях. Рассчитайте окупаемость инвестиций (ROI) и оцените, стоит ли продолжать использовать рекламный канал, если:  - Бюджет на рекламу: 20 000 руб.  - Результаты: 50 заявок, 10 проданных абонементов  - Средний чек: 10 000 руб.  - Маржинальность: 30% | Открытый | Повышенный | 5 |
|  | Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ  Сеть фитнес-клубов планирует запустить новое направление –онлайн-тренировки для взрослых 35-50 лет. Учитывая высокую конкуренцию на рынке, вам необходимо:   1. Проанализировать три канала продвижения (таргетированная реклама в социальных сетях, партнерские программы с инфлюенсерами, еmail-маркетинг для существующей клиентской базы) 2. Для каждого канала указать преимущества и ограничения 3. Предложить адаптацию выбранных каналов под целевую аудиторию | Открытый | Высокий | 10 |

ПСК-1.02Способен осуществлять руководство, координацию, контроль и анализ деятельности физкультурно-спортивной организации

| **Номер задания** | **Содержание вопроса** | **Тип вопроса** | **Уровень сложности** | **Время ответа, мин.** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Прочитайте текст и установите соответствие  Установите соответствие между элементами маркетинговой стратегии физкультурно-спортивной организации и их характеристиками.  К каждой позиции в левом столбце, подберите позицию из правого столбца.   |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | 1. | Сегментация аудитории | А. | Создание имиджа «самой доступной спортивной школы в регионе» | | 2. | Позиционирование | Б. | Разработка запоминающегося логотипа и слогана клуба | | 3. | Брендинг | В. | Изучение цен на абонементы в фитнес-центрах соседнего района | |  |  | Г. | Разделение потребителей на группы по возрасту и уровню активности | | На соответствие | Базовый | 3 |
|  | Прочитайте текст и установите соответствие  Установите соответствие между маркетинговой стратегией и решением, которое необходимо применить в отношении региональной детской футбольной академии.  К каждой позиции в левом столбце, подберите позицию из правого столбца.   |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | 1. | Увеличение конверсии продаж | А. | Разработка пакета «Официальный партнер академии» | | 2. | Формирование партнерских программ | Б. | Внедрение CRM-системы с автоматическими напоминаниями о продлении абонементов | | 3. | Повышение лояльности клиентов | В. | Запуск рекламы в радиусе 3 км вокруг школ и детских площадок | |  |  | Г. | Организация семейных спортивных фестивалей с призами | | На соответствие | Повышенный | 5 |
|  | Прочитайте текст и установите последовательность  Установите правильную последовательность этапов разработки маркетинговой стратегии спортивного клуба.  Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо без пробелов и точек.  1 - Разработка уникального торгового предложения (УТП)  2 - Планирование рекламных каналов и бюджета  3 - Анализ текущего положения клуба на рынке  4 - Оценка эффективности и корректировка стратегии | На послед-ть | Базовый | 3 |
|  | Прочитайте текст и установите последовательность  Расположите в правильном порядке этапы подготовки спонсорского пакета.  Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо без пробелов и точек.  1 - Исследование потенциальных спонсоров и их потребностей  2 - Расчет стоимости спонсорских активов и ROI для партнера  3 - Составление медиа-кита с кейсами и статистикой  4 - Проведение переговоров и подписание договора | На послед-ть | Повышенный | 5 |
|  | Прочитайте текст и установите последовательность  Установите правильную последовательность этапов разработки и реализации маркетинговой стратегии физкультурно-спортивной организации.  Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо без пробелов и точек.  1 - Планирование маркетингового бюджета  2 - Мониторинг и анализ эффективности  3 - Разработка уникального торгового предложения (УТП)  4 - Создание креативной концепции кампании  5 - Выбор каналов продвижения  6 - Анализ целевой аудитории и конкурентной среды  7 - Корректировка стратегии  8 - Реализация маркетинговых активностей | На послед-ть | Высокий | 8 |
|  | Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа  Какой из перечисленных инструментов является наиболее эффективным для повышения вовлеченности болельщиков?  Запишите номер выбранного ответа без точки и обоснование выбора  1 - Размещение рекламы в печатных СМИ  2 - Проведение интерактивных конкурсов в социальных сетях  3 - Рассылка новостей по электронной почте  4 - Размещение баннеров на стадионе | Комбинир. с 1-м ответом | Базовый | 3 |
|  | Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа  Какой из перечисленных факторов является ключевым при выборе спонсора для спортивной организации?  Запишите номер выбранного ответа без точки и обоснование выбора  1 - Личные предпочтения руководства клуба  2 - Соответствие ценностей бренда и спортивной организации  3 - Размер финансового предложения без учета других условий  4 - Популярность спонсора в социальных сетях | Комбинир. с 1-м ответом | Базовый | 3 |
|  | Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа  Какой инструмент цифрового маркетинга наиболее эффективен для увеличения продаж билетов на спортивные мероприятия?  Запишите номер выбранного ответа без точки и обоснование выбора  1 - Печатная реклама в спортивных журналах  2 - Радиореклама во время спортивных трансляций  3 - Раздача флаеров у стадиона  4 - Таргетированная реклама в социальных сетях | Комбинир. с 1-м ответом | Базовый | 3 |
|  | Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.  Какие два элемента наиболее значительно влияют на успех мерчандайзинговой стратегии спортивного клуба? (Выберите два варианта)  Запишите номера выбранных ответов без пробелов и точек и обоснование выбора  1 - Количество розничных точек продаж  2 - Эмоциональная связь болельщиков с клубной символикой  3 - Сезонные скидки на продукцию  4 - Качество и дизайн сувенирной продукции и атрибутики  5 - Частота выпуска новых коллекций | Комбинир. с 2-мя и более ответами | Базовый | 3 |
|  | Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.  Какие факторы наиболее важны при формировании цены на билеты на спортивное мероприятие? (Выберите два варианта)  Запишите номера выбранных ответов без пробелов и точек и обоснование выбора  1 - Средняя зарплата болельщиков в регионе  2 - Количество свободных мест на стадионе  3 - Рыночная стоимость аналогичных мероприятий  4 - Затраты на организацию мероприятия  5 - Погодные условия в день матча | Комбинир. с 2-мя и более ответами | Базовый | 3 |
|  | Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.  Какие два критерия являются обязательными для включения бренда в список официальных спонсоров Олимпийских игр, согласно требованиям Международного Олимпийского комитета?  Запишите номера выбранных ответов без пробелов и точек и обоснование выбора  1 - Соответствие олимпийским ценностям  2 - Наличие минимум 10-летнего опыта в спортивном спонсорстве  3 - Глобальное присутствие бренда не менее чем в 50 странах  4 - Отсутствие конфликта с правами существующих партнеров  5 - Годовой рекламный бюджет от 100 млн долларов | Комбинир. с 2-мя и более ответами | Повышенный | 5 |
|  | Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ  Какое влияние оказывает цифровизация на развитие маркетинговых стратегий в российском спорте? | Открытый | Повышенный | 5 |
|  | Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ  Решите задачу.  Условие:  Фитнес-клуб продает абонементы:   * Текущая цена – 15 000 руб./год * Количество проданных абонементов – 500 ед./мес. * Себестоимость абонемента (аренда, зарплаты тренеров, коммунальные услуги) – 8 000 руб. * Эластичность спроса по цене (Ed) = -1,2   Маркетинговый отдел предлагает снизить цену на 10%, чтобы привлечь больше клиентов.  Вопросы:   1. На сколько процентов изменится спрос при снижении цены на 10%? 2. Сколько абонементов нужно продать, чтобы прибыль осталась прежней? 3. Какую новую прибыль получит клуб, если спрос изменится в соответствии с эластичностью? | Открытый | Высокий | 10 |