**Задание по дисциплине «Специализация» раздел «Маркетинг»**

**4 курс ЗФО**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| №  п/п | Содержание  работы | Требования | Форма  контроля |
| 1 | Реферат на тему «Маркетинг в зарубежных физкультурно-оздоровительных клубах» | объем 15-20 страниц, лист А4, шрифт Times New Roman, 14 кегель, интервал -1,5 | В письменной форме |
| 2 | По теме реферата сделать презентацию и подготовить доклад | презентация – 15-20 слайдов;  доклад – на 10 минут | Защита в устной форме + предоставить работу на диске CD |
| 3 | Проект маркетинговой деятельности любого спортивно-оздоровительного центра или фитнес-клуба. | разработать проект по 4 основным этапам маркетинговой деятельности;  презентация – min 15 слайдов | Защита в устной форме + предоставить проект на диске CD |

Вопросы к зачету

1. Понятия «маркетинг» и «спортивный маркетинг».
2. Виды спортивного маркетинга
3. Спонсорство как элемент маркетинга спортивного соревнования. Основные черты спонсорства.
4. Категории спонсорства. Виды спонсорских услуг.
5. Спонсорский договор, его задачи и содержание.
6. Субъекты спортивного спонсорства.
7. Лицензирование как элемент маркетинга, определение.
8. Основные направления лицензирования. Лицензионная программа.
9. Лицензионный договор его задачи и содержание.
10. Олимпийское лицензирование. Особенности и содержание.
11. Реклама как элемент маркетинга спортивного соревнования.
12. Виды и функции рекламы
13. Рынок рекламы и его инфраструктура.
14. Основные носители рекламы.
15. Планирование рекламного бюджета (аналитические и неаналитические методы).
16. Рекламная компания
17. Показатели эффективности рекламы.
18. Психологические механизмы воздействия рекламы на потребителя.
19. Создание бренда. Особенности, этапы, примеры.
20. Маркетинг физкультурно-оздоровительных услуг (ФОУ).
21. Основные виды ФОУ. Отличия маркетинга услуг от маркетинга товаров.
22. Цены на ФОУ и политика ценообразования.
23. Пассивная маркетинговая деятельность.
24. Наступательная маркетинговая стратегия.
25. Основные этапы организации фитнес центра.
26. Маркетинг в зарубежных физкультурно-оздоровительных клубах.
27. Маркетинговые программы зарубежных клубов (на примере «Golds Gum» и «World Class»).
28. Основные источники доходов фитнес центров США. (членские взносы; оплата дополнительных услуг; поступления от спонсоров, лицензионной и другой коммерческой деятельности; доход от сопутствующих услуг).
29. Экономическое обоснование предлагаемых услуг. Источники доходов физкультурно-оздоровительных центров
30. Цена ФОУ. Переменные, прямые фиксированные, скользящие рыночные, комбинированные цены внедрения в рынок.
31. Концепция системы маркетинговой информации.
32. Система внутренней отчетности
33. Система сбора внешней текущей маркетинговой информации.
34. Схема маркетингового исследования.
35. Формулирование целей исследования.
36. Отбор источников информации. Сбор информации.