



Менеджмент в фитнес-индустрии.фис_МАГ

- 1 Фитнес-индустрию отличает от других видов предпринимательской деятельности:
- 2 Ключевым для успеха фитнес-клуба НЕ является:
- 3 Наиболее распространенная бизнес-модель в фитнес-индустрии:
- 4 К современной фитнес-индустрии НЕ относится тренд:
- 5 Дополнительным источником дохода фитнес-клуба НЕ является:
- 6 Основной сегмент аудитории, который привлекают фитнес-клубы:
- 7 «Чистый оборот» в фитнес-индустрии — это:
- 8 Для оценки эффективности фитнес-клуба НЕ используется показатель:
- 9 На конкурентоспособность фитнес-клуба НЕ влияет:
- 10 Наиболее характерный риск для фитнес-индустрии:
- 11 Первые фитнес-клубы в России появились:
- 12 Ключевым фактором развития фитнес-индустрии в России в 2000-е годы стало:
- 13 Спортивно-оздоровительные услуги характеризуются:
- 14 К групповым спортивно-оздоровительным услугам относятся:
- 15 Индивидуальные спортивно-оздоровительные услуги включают:
- 16 К дополнительным услугам в фитнес-клубах НЕ относится:
- 17 Спортивно-оздоровительные услуги по способу потребления делятся на:
- 18 По организационно-правовой форме фитнес-клубы чаще всего являются:





- 19 К специализированным фитнес-организациям относятся:
- 20 Сетевые фитнес-клубы отличаются от локальных:
- 21 К элитным фитнес-клубам НЕ относится характеристика:
- 22 К бюджетным физкультурно-оздоровительным организациям относятся:
- 23 Основные документы, регламентирующий работу фитнес-клуба:
- 24 Обязательная зона в современном фитнес-клубе:
- 25 Наиболее важные качества для менеджера по продажам абонементов в фитнес-клубе:
- 26 Следующие действия помогают снизить текучесть кадров среди тренеров:
- 27 Следующие методы помогут увеличить средний чек клиента:
- 28 Этот показатель лучше всего отражает эффективность удержания клиентов:
- 29 Данный расход можно отнести к переменным затратам фитнес-клуба:
- 30 Основные методы исследования целевой аудитории фитнес-клуба включают:

