



Спонсорские и партнёрские предложения в спорте.фис_МАГ

- 1 Наиболее полно раскрывает сущность спортивного маркетинга одно из следующих утверждений:
- 2 Установите соответствие между характеристиками спортивного маркетинга (левый столбец) и их содержанием (правый столбец):
- 3 Из приведенных ниже видов деятельности к спортивному маркетингу не относятся:
- 4 В организационную структуру спортивного маркетинга профессионального клуба не входят:
- 5 Современный спортивный маркетинг включает три из перечисленных сфер:
- 6 Укажите четыре основных типа продуктов, создаваемых в спортивной индустрии:
- 7 Выберите тип организации, где спортивный маркетинг востребован в наименьшей степени:
- 8 Постройте последовательность элементов процесса маркетинга:
- 9 Выберите известных спортивных маркетологов:
- 10 Для сбора информации в спортивном маркетинге используются следующие методы:
- 11 Установите соответствие между компонентами маркетинговой информационной системы (левый столбец) и их содержанием (правый столбец):
- 12 К числу факторов микросреды следует отнести:
- 13 К числу факторов макросреды не следует относить один из перечисленных:
- 14 Прямым конкурентом фитнес-клуба является:
- 15 Постройте последовательность информационной связи между элементами:
- 16 Для решения проблемы повышения посещаемости матчей профессионального футбольного клуба необходимо:





- 17) Среди принципов проведения маркетинговых исследований следует назвать: ..., адекватность, объективность, точность и тщательность.
- 18) Наиболее полно раскрывает сущность вторичной маркетинговой информации раскрывает одно из следующих утверждений:
- 19) Установите соответствие между компонентами SWOT-анализа (левый столбец) и их содержанием для профессиональной хоккейной лиги (правый столбец):
- 20) Наиболее полно понятие маркетинговой стратегии спортивной организации раскрывает один из следующих вариантов:
- 21) ... — желаемое представление об объекте маркетинга спортивной организации в будущем при благоприятных условиях, ориентиры для его развития.
- 22) Миссия спортивной организации это
- 23) Брендинг можно отнести к одной из перечисленных маркетинговых стратегий:
- 24) Структура финансирования фитнес-клуба как правило не включает один из перечисленных вариантов:
- 25) Распределите компоненты процесса стратегического маркетинга в последовательности их осуществления:
- 26) Установите соответствие между ключевыми компонентами стратегического маркетинга (левый столбец) и примерами их проявления (правый столбец):
- 27) Профессиональный футбольный клуб «Локомотив» проводит тематические праздники для болельщиков перед каждым домашним матчем, стремясь в первую очередь достичь следующей цели:
- 28) Взаимосвязь маркетинговых целей и стратегического видения спортивной организации лучше всего можно охарактеризовать так:
- 29) К числу требований к маркетинговым целям спортивной организации следует отнести:

