Disynergy
Страница материала ↗
EXQT
Готовые ответы — на EXQT
Доступ к ответам приобретается отдельно.
Найти ответы ↗

УНИВЕРСИТЕТ СИНЕРГИЯ

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «МОСКОВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ «СИНЕРГИЯ»

Факультет Спорта

Направление подготовки/ специальность: 38.03.02 Менеджмент
(код и наименование направления подготовки /специальности)

Профиль/специализация: Спортивный менеджмент
(наименование профиля/специализации)

УТВЕРЖДАЮ
Академический директор
факультета Спорта
Университета «Синергия»

_____
О.В. Антоненко

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ НА ПРОИЗВОДСТВЕННУЮ ПРАКТИКУ
(вид практики)

ТЕХНОЛОГИЧЕСКУЮ (ПРОЕКТНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКУЮ) ПРАКТИКУ
(тип практики)

обучающегося группы_____ _____.
(Шифр и № группы) (Ф.И.О обучающегося)

Место прохождения практики:

_____
(наименование Профильной организации/ профильного структурного подразделения Образовательной организации)

Срок прохождения практики: с «___» _____ 20__ г. по «__» _____20__ г.

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения
Нажмите на мессенджер, чтобы написать
Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗
+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер
disynergy.ru

Содержание индивидуального задания на практику[1]:

Вариант № 1

<table>
<tr><th>№ п/п</th><th>Виды работ</th></tr>
<tr><td>1.</td><td>Инструктаж по соблюдению правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов.</td></tr>
<tr><td>2.</td><td>Выполнение определенных практических кейсов-задач, необходимых для оценки умений, навыков и (или) опыта деятельности по итогам производственной (технологической (проектно-технологической)) практики</td></tr>
<tr><td>2.1.</td><td>Кейс-задача № 1.
С помощью SNW-анализа проанализируйте сильные и слабые стороны спортивной федерации, на базе которой вы проходите практику, сравнив ее внутреннюю среду и бизнес-процессы с передовым российским и зарубежным опытом, известным вам из теории спортивного менеджмента.
<table>
<tr><th rowspan="2">№</th><th rowspan="2">Элемент внутренней среды</th><th colspan="3">Качественная оценка (поставьте «+»)</th></tr>
<tr><th>S (сильная сторона)</th><th>N (нейтральная сторона)</th><th>W (слабая сторона)</th></tr>
<tr><td>1</td><td>Организационная структура</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>2</td><td>Квалификация персонала</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>3</td><td>Зрелищность соревнований</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>4</td><td>Популярность вида спорта</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>5</td><td>Узнаваемость</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>6</td><td>Репутация</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>7</td><td>Отношение с органами власти и государственная поддержка</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>8</td><td>Коммерциализация деятельности</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>9</td><td>Отношения со спонсорами и партнерами</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>10</td><td>Финансы</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>11</td><td>Официальный сайт и социальные сети</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>12</td><td>Реклама и продвижение деятельности</td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table></td></tr>
<tr><td>2.2.</td><td>Кейс-задача № 2.
С помощью PEST-анализа определите политические, экономические, социальные и технологические факторы, влияющие на</td></tr>
</table>

[1] Выбор соответствующего варианта индивидуального задания на производственную (технологическую (проектно-технологическую)) практику осуществляется в зависимости от места прохождения практики.

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения
Нажмите на мессенджер, чтобы написать
Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗
+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер
disynergy.ru

деятельность спортивной федерации, на базе которой вы проходите практику. Сформулируйте возможности и угрозы ее развития с учетом факторов внешней среды по представленной ниже форме:

№	Фактор внешней среды	Угроза / Возможность
1	Политические факторы	
1.1		
1.2		
…		
2.	Экономические факторы	
2.1		
2.2		
…		
3.	Социальные факторы	
3.1		
3.2		
…		
4.	Технологические факторы	
4.1		
4.2		
…		

Выводы:

Наиболее вероятным позитивным сценарием развития спортивной федерации с учетом факторов внешней среды будет являться…

Наиболее вероятными угрозами, мешающими развитию спортивной федерации, будут…

2.3. **Кейс-задача № 3**.

1. Для проведения анализа маркетинговых инструментов спортивной федерации выберите вначале один из ее конкретных объектов* маркетинга:

- спортивное событие (первенство, турнир, кубок и т.п.)
- услугу (спортивную, образовательную, информационную, маркетинговую – в т.ч. предложения для спонсоров, предложения по аренде и т.п.)
- объект маркетинга информационного типа (сайт, видеоканал и т.п. федерации)
- группу спортивных товаров (атрибутика, экипировка), которые создает и продает федерация

2. Составьте справку с характеристиками выбранного объекта маркетинга:

- место объекта в системе маркетинга федерации (атрибутивный \ дополнительный \ вспомогательный)

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения

Нажмите на мессенджер, чтобы написать

Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗

+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер

disynergy.ru

- рыночное позиционирование объекта маркетинг (способность решать конкретные проблемы, создавать значимые для людей ценности)
- источники финансирования объекта маркетинга
- ключевые целевые аудитории объекта маркетинга
- основные рыночные конкуренты объекта маркетинга

3. Продуктовая политика в отношении выбранного объекта маркетинга

3.1 Проведите анализ трех продуктовых уровней по модели Ф.Котлера (рис.1). Помните, что у любого продукта всегда есть характеристики первого и второго уровней, но не обязательно есть характеристики третьего уровня.

Рис.1 Модель трехуровневой структуры продукта

Результаты проведенного анализа занесите в таблицу 1.

Таблица 1

Базовые выгоды продукта	**Реальный продукт**	**Расширенный продукт**
Основное назначение продукта, способность решения проблем клиентов	*Описать характеристики продукта в зависимости от типа:* *Событие – замысел, концепция \ место \ время \ участники \ механика;* *Товар, услуга - название, функции, свойства и т.п*	*Дополнительные выгоды, от использования продукта (бонусы, обслуживание после продажи, гарантии, участие в программе лояльности и т.п.)*

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения
Нажмите на мессенджер, чтобы написать
Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗
+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер
disynergy.ru

1.2 Определите, какими уникальными конкурентными свойствами обладает продукт.

1.3 Определите направления совершенствования продукта с учетом тенденций развития спортивной индустрии, технологий и маркетинговой среды спортивной федерации.

2. Ценовая политика в отношении анализируемого продукта

4.1 Установите типы цены (временн*а*я и денежная), которые используется в отношении анализируемого продукта.

4.2 Определите себестоимость продукта (стоимость единицы товара или стоимость обслуживания одного клиента), в том числе временн*у*ю.

4.3 Определите оценочно ценовые характеристики спроса (сколько максимально денег и времени готовы заплатить за товар клиенты)

4.4 Проанализируйте цены конкурентов на аналогичные продукты.

4.5 Определите на основании этих данный возможную итоговую цену продукта. Результаты анализа занесите в таблицу 2.

Таблица 2

Себестоимость	**Спрос**	**Цены конкурентов**
Возможная итоговая цена продукта		

4.6 Определите, есть ли скидки на продукт

3. Коммуникационная политика в отношении анализируемого продукта

5.1 Определите основные способы коммуникаций, используемые для продвижения продукта. Помните, что при продвижении могут использоваться не все способы коммуникаций. Результаты анализа занесите их в таблицу 3.

Таблица 3

PR	**Реклама**	**Стимулирование**	**Прямой маркетинг**

4. Сбытовая политика в отношении анализируемого продукта

6.1 Определите, как организованы продажи продукта. Помните, что в спорте в отношении бесплатных продуктов к процессу продаж следует относить и регистрацию клиентов. Результаты анализа занесите в таблицу 4.

Таблица 4

Прямая продажа	

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения

Нажмите на мессенджер, чтобы написать

Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗

+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер

disynergy.ru

	Продажа через интернет	
	Продажа через посредников	
	Продажа в своих магазинах	
	Другие каналы продаж	

7. Результаты решения поставленной задачи изложите отдельным документом и представьте его руководителю практики.

**Объектами маркетинга являются спортивные события, услуги, товары и т.п. спортивной организации, по отношению к которому осуществляются маркетинговые действия, в частности – преобразование в продукт, разработка цены, продвижение и продажа.*

2.4. **Кейс-задача № 4.**

1. Спортивная федерация, как и любая другая спортивная организация, для эффективного развития в конкурентной среде должна использовать стратегию брендинга. Для ее реализации используется атрибутивный метод. Тщательно изучите рекомендованный материал, прежде чем приступить к анализу атрибутов.
2. Проведите анализ каждого из восьми атрибутов бренда спортивной федерации, раскрыв их содержание. Дайте свою экспертную оценку содержанию каждого атрибута по 10-балльной шкале (1- самая низкая оценка, 10 – самая высокая оценка)
3. Результаты анализа занесите в таблицу 1.

Таблица 1

	Атрибуты	**Содержание атрибутов**	**Оценка** (1-10)
Ядро бренда			
1	Функциональная сущность бренда		
2	Ценности бренда		
Айдентика бренда			
3	Известное имя бренда		
4	История бренда		
5	Стандарты бренда		
Идентификаторы бренда			
6	Ассоциации бренда		

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения
Нажмите на мессенджер, чтобы написать
Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗
+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер
disynergy.ru

	7	Монетизация бренда		
	8	Капитализация бренда		
2.5.	**Кейс-задача № 5.** Определите, к какому типу корпоративной культуры (клановая, адхократическая, бюрократическая, рыночная) относится культура спортивной федерации, на базе которой вы проходите практику. Обоснуйте свой вывод. Какие основные ценности декларируются в данной федерации? Какие традиции сложились в коллективе под влиянием организационной культуры?			
3.	Систематизация собранного нормативного и фактического материала.			
4.	Оформление отчета о прохождении практики.			
5.	Защита отчета по практике.			

Обучающийся индивидуальное задание получил(а)

_____ _____
(Ф.И.О.) (Подпись)

«___» _____ 20__г.[2]

[2] В соответствии с календарным учебным графиком указывается дата первого дня практики.

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения
Нажмите на мессенджер, чтобы написать
Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗
+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер disynergy.ru

Вариант № 2

<table>
<tr><th>№ п/п</th><th>Виды работ</th></tr>
<tr><td>1.</td><td>Инструктаж по соблюдению правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов.</td></tr>
<tr><td>2.</td><td>Выполнение определенных практических кейсов-задач, необходимых для оценки умений, навыков и (или) опыта деятельности по итогам производственной (технологической (проектно-технологической)) практики</td></tr>
<tr><td>2.1.</td><td>Кейс-задача № 1.
С помощью SNW-анализа проанализируйте сильные и слабые стороны профессиональной спортивной лиги, на базе которой вы проходите практику, сравнив ее внутреннюю среду и бизнес-процессы с передовым российским и зарубежным опытом, известным вам из теории спортивного менеджмента.

<table>
<tr><th rowspan="2">№</th><th rowspan="2">Элемент внутренней среды</th><th colspan="3">Качественная оценка (поставьте «+»)</th></tr>
<tr><th>S (сильная сторона)</th><th>N (нейтральная сторона)</th><th>W (слабая сторона)</th></tr>
<tr><td>1</td><td>Организационная структура</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>2</td><td>Квалификация персонала</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>3</td><td>Зрелищность соревнований</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>4</td><td>Популярность вида спорта</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>5</td><td>Узнаваемость и репутация</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>6</td><td>Отношения со спортивной федерацией по виду спорта</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>7</td><td>Отношение с органами власти</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>8</td><td>Конкуренция между участниками соревнований лиги / промоутера</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>9</td><td>Отношения со спонсорами и партнерами</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>10</td><td>Финансы</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>11</td><td>Официальный сайт и социальные сети</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>12</td><td>Реклама и продвижение деятельности</td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table>
</td></tr>
<tr><td>2.2.</td><td>Кейс-задача № 2.
С помощью PEST-анализа определите политические, экономические, социальные и технологические факторы, влияющие на деятельность профессиональной спортивной лиги или промоутера, на базе которой вы проходите практику. Сформулируйте возможности и угрозы ее развития с учетом факторов внешней среды по представленной ниже форме:</td></tr>
</table>

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения

Нажмите на мессенджер, чтобы написать

Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗

+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер

disynergy.ru

№	Фактор внешней среды	Угроза / Возможность
1	Политические факторы	
1.1		
1.2		
…		
2.	Экономические факторы	
2.1		
2.2		
…		
3.	Социальные факторы	
3.1		
3.2		
…		
4.	Технологические факторы	
4.1		
4.2		
…		

Выводы:

Наиболее вероятным позитивным сценарием развития профессиональной спортивной лиги с учетом факторов внешней среды будет являться…

Наиболее вероятными угрозами, мешающими развитию спортивной лиги, будут…

2.3. **Кейс-задача № 3**.

1. Для проведения анализа маркетинговых инструментов профессиональной спортивной лиги выберите вначале один из ее конкретных объектов* маркетинга:

- спортивное событие (основной турнир лиги)
- услугу (спортивную, образовательную, информационную, маркетинговую – в т.ч предложения для спонсоров, предложения по аренде и т.п.)
- объект маркетинга информационного типа (сайт, видеоканал и т.п. лиги)
- группу спортивных товаров (атрибутика, экипировка), которые создает и продает лига

2. Составьте справку с характеристиками выбранного объекта маркетинга:

- место объекта в системе маркетинга лиги (атрибутивный \ дополнительный \ вспомогательный)
- рыночное позиционирование объекта маркетинг (способность решать конкретные проблемы, создавать значимые для людей

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения

Нажмите на мессенджер, чтобы написать

Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗

+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер disynergy.ru

ценности)

- источники финансирования объекта маркетинга
- ключевые целевые аудитории объекта маркетинга
- основные рыночные конкуренты объекта маркетинга

3. Продуктовая политика в отношении выбранного объекта маркетинга

3.1 Проведите анализ трех продуктовых уровней по модели Ф.Котлера (рис.1). Помните, что у любого продукта всегда есть характеристики первого и второго уровней, но не обязательно есть характеристики третьего уровня.

Рис.1 Модель трехуровневой структуры продукта

Результаты проведенного анализа занесите в таблицу 1.

Таблица 1

Базовые выгоды продукта	**Реальный продукт**	**Расширенный продукт**
Основное назначение продукта, способность решения проблем клиентов	*Описать характеристики продукта в зависимости от типа:* *Событие – замысел, концепция \ место \ время \ участники \ механика;* *Товар, услуга - название, функции, свойства и т.п.*	*Дополнительные выгоды, от использования продукта (бонусы, обслуживание после продажи, гарантии, участие в программе лояльности и т.п.)*

1.2 Определите, какими уникальными конкурентными свойствами обладает продукт.

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения
Нажмите на мессенджер, чтобы написать
Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗
+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер
disynergy.ru

1.3 Определите направления совершенствования продукта с учетом тенденций развития спортивной индустрии, технологий и маркетинговой среды профессиональной спортивной лиги.

2. Ценовая политика в отношении анализируемого продукта

4.1 Установите типы цены (временн***а***я и денежная), которые используется в отношении анализируемого продукта.

4.2 Определите себестоимость продукта (стоимость единицы товара или стоимость обслуживания одного клиента), в том числе временн***у***ю.

4.3 Определите оценочно ценовые характеристики спроса (сколько максимально денег и времени готовы заплатить за продукт клиенты)

4.4 Проанализируйте цены конкурентов на аналогичные продукты.

4.5 Определите на основании этих данный возможную итоговую цену продукта. Результаты анализа занесите в таблицу 2.

Таблица 2

Себестоимость	**Спрос**	**Цены конкурентов**
Возможная итоговая цена продукта		

4.6 Определите, есть ли скидки на продукт

3. Коммуникационная политика в отношении анализируемого продукта

5.1 Определите основные способы коммуникаций, используемые для продвижения продукта. Помните, что при продвижении могут использоваться не все способы коммуникаций. Результаты анализа занесите их в таблицу 3.

Таблица 3

PR	**Реклама**	**Стимулирование**	**Прямой маркетинг**

4. Сбытовая политика в отношении анализируемого продукта

6.1 Определите, как организованы продажи продукта. Помните, что в спорте в отношении бесплатных продуктов к процессу продаж следует относить и регистрацию клиентов. Результаты анализа занесите в таблицу 4.

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения
Нажмите на мессенджер, чтобы написать
Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗
+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер
disynergy.ru

Таблица 4

Прямая продажа	
Продажа через интернет	
Продажа через посредников	
Продажа в своих магазинах	
Другие каналы продаж	

7. Результаты решения поставленной задачи изложите отдельным документом и представьте его руководителю практики.

**Объектами маркетинга являются спортивные события, услуги, товары и т.п. спортивной организации, по отношению к которому осуществляются маркетинговые действия, в частности – преобразование в продукт, разработка цены, продвижение и продажа.*

2.4. **Кейс-задача № 4.**

1. Профессиональная спортивная лига, как и любая другая спортивная организация, для эффективного развития в конкурентной среде должна использовать стратегию брендинга. Для ее реализации используется атрибутивный метод. Тщательно изучите рекомендованный материал, прежде чем приступить к анализу атрибутов.
2. Проведите анализ каждого из восьми атрибутов бренда профессиональной спортивной лиги, раскрыв их содержание. Дайте свою экспертную оценку содержанию каждого атрибута по 10-балльной шкале (1- самая низкая оценка, 10 – самая высокая оценка)
3. Результаты анализа занесите в таблицу 1.

Таблица 1

	Атрибуты	**Содержание атрибутов**	**Оценка** (1-10)
Ядро бренда			
1	Функциональная сущность бренда		
2	Ценности бренда		
Айдентика бренда			
3	Известное имя бренда		
4	История бренда		
5	Стандарты бренда		
Идентификаторы бренда			

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения
Нажмите на мессенджер, чтобы написать
Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗
+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер
disynergy.ru

	6	Ассоциации бренда		
	7	Монетизация бренда		
	8	Капитализация бренда		
2.5.	**Кейс-задача № 5.** Определите, к какому типу корпоративной культуры (клановая, адхократическая, бюрократическая, рыночная) относится культура профессиональной спортивной лиги, на базе которой вы проходите практику. Обоснуйте свой вывод. Какие основные ценности декларируются в данной организации? Опишите элементы организационной культуры лиги?			
3.	Систематизация собранного нормативного и фактического материала.			
4.	Оформление отчета о прохождении практики.			
5.	Защита отчета по практике.			

Обучающийся индивидуальное задание получил(а)

_____ _____

(Ф.И.О.) (Подпись)

«___» _____ 20__г.[3]

[3] В соответствии с календарным учебным графиком указывается дата первого дня практики.

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения

Нажмите на мессенджер, чтобы написать

Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗

+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер disynergy.ru

Вариант № 3

<table>
<tr><th>№ п/п</th><th>Виды работ</th></tr>
<tr><td>1.</td><td>Инструктаж по соблюдению правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов.</td></tr>
<tr><td>2.</td><td>Выполнение определенных практических кейсов-задач, необходимых для оценки умений, навыков и (или) опыта деятельности по итогам производственной (технологической (проектно-технологической)) практики</td></tr>
<tr><td>2.1.</td><td>Кейс-задача № 1.
С помощью SNW-анализа проанализируйте сильные и слабые стороны любительская спортивной лиги, на базе которой вы проходите практику, сравнив ее внутреннюю среду и бизнес-процессы с передовым российским и зарубежным опытом, известным вам из теории спортивного менеджмента.
<table>
<tr><th rowspan="2">№</th><th rowspan="2">Элемент внутренней среды</th><th colspan="3">Качественная оценка (поставьте «+»)</th></tr>
<tr><th>S (сильная сторона)</th><th>N (нейтральная сторона)</th><th>W (слабая сторона)</th></tr>
<tr><td>1</td><td>Организационная структура</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>2</td><td>Квалификация персонала</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>3</td><td>Зрелищность соревнований</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>4</td><td>Популярность вида спорта</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>5</td><td>Узнаваемость и репутация</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>6</td><td>Отношения со спортивной федерацией по виду спорта</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>7</td><td>Отношение с органами власти</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>8</td><td>Конкуренция между участниками соревнований лиги / промоутера</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>9</td><td>Отношения со спонсорами и партнерами</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>10</td><td>Финансы</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>11</td><td>Официальный сайт и социальные сети</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>12</td><td>Реклама и продвижение деятельности</td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table></td></tr>
<tr><td>2.2.</td><td>Кейс-задача № 2.
С помощью PEST-анализа определите политические, экономические, социальные и технологические факторы, влияющие на деятельность любительской спортивной лиги, на базе которой вы проходите практику. Сформулируйте возможности и угрозы ее развития с учетом факторов внешней среды по представленной ниже форме:</td></tr>
</table>

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения
Нажмите на мессенджер, чтобы написать
Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗
+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер disynergy.ru

№	Фактор внешней среды	Угроза / Возможность
1	Политические факторы	
1.1		
1.2		
…		
2.	Экономические факторы	
2.1		
2.2		
…		
3.	Социальные факторы	
3.1		
3.2		
…		
4.	Технологические факторы	
4.1		
4.2		
…		

Выводы:

Наиболее вероятным позитивным сценарием развития любительской спортивной лиги с учетом факторов внешней среды будет являться…

Наиболее вероятными угрозами, мешающими развитию любительской спортивной лиги, будут…

2.3.

Кейс-задача № 3.

4. Для проведения анализа маркетинговых инструментов любительской спортивной лиги выберите вначале один из ее конкретных объектов* маркетинга:

- спортивное событие (основной турнир лиги)
- услугу (спортивную, образовательную, информационную, маркетинговую – в т.ч предложения для спонсоров, предложения по аренде и т.п.)
- объект маркетинга информационного типа (сайт, видеоканал и т.п. лиги)
- группу спортивных товаров (атрибутика, экипировка), которые создает и продает лига

5. Составьте справку с характеристиками выбранного объекта маркетинга:

- место объекта в системе маркетинга любительской лиги (атрибутивный \ дополнительный \ вспомогательный)
- рыночное позиционирование объекта маркетинг (способность решать конкретные проблемы, создавать значимые для людей

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения

Нажмите на мессенджер, чтобы написать

Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗

+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер

disynergy.ru

ценности)

- источники финансирования объекта маркетинга
- ключевые целевые аудитории объекта маркетинга
- основные рыночные конкуренты объекта маркетинга

6. Продуктовая политика в отношении выбранного объекта маркетинга

6.1 Проведите анализ трех продуктовых уровней по модели Ф.Котлера (рис.1). Помните, что у любого продукта всегда есть характеристики первого и второго уровней, но не обязательно есть характеристики третьего уровня.

Рис.1 Модель трехуровневой структуры продукта

Результаты проведенного анализа занесите в таблицу 1.

Таблица 1

Базовые выгоды продукта	**Реальный продукт**	**Расширенный продукт**
Основное назначение продукта, способность решения проблем клиентов	*Описать характеристики продукта в зависимости от типа:* *Событие – замысел, концепция \ место \ время \ участники \ механика;* *Товар, услуга - название, функции, свойства и т.п.*	*Дополнительные выгоды, от использования продукта (бонусы, обслуживание после продажи, гарантии, участие в программе лояльности и т.п.)*

4.2 Определите, какими уникальными конкурентными свойствами обладает продукт.

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения
Нажмите на мессенджер, чтобы написать
Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗
+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер
disynergy.ru

4.3 Определите направления совершенствования продукта с учетом тенденций развития спортивной индустрии, технологий и маркетинговой среды спортивной лиги.

5. Ценовая политика в отношении анализируемого продукта

4.1 Установите типы цены (временн***а***я и денежная), которые используется в отношении анализируемого продукта.

4.2 Определите себестоимость продукта (стоимость единицы товара или стоимость обслуживания одного клиента), в том числе временн***у***ю.

4.3 Определите оценочно ценовые характеристики спроса (сколько максимально денег и времени готовы заплатить за продукт клиенты)

4.4 Проанализируйте цены конкурентов на аналогичные продукты.

4.5 Определите на основании этих данный возможную итоговую цену продукта. Результаты анализа занесите в таблицу 2.

Таблица 2

Себестоимость	**Спрос**	**Цены конкурентов**
Возможная итоговая цена продукта		

4.6 Определите, есть ли скидки на продукт

6. Коммуникационная политика в отношении анализируемого продукта

5.1 Определите основные способы коммуникаций, используемые для продвижения продукта. Помните, что при продвижении могут использоваться не все способы коммуникаций. Результаты анализа занесите в таблицу 3.

Таблица 3

PR	**Реклама**	**Стимулирование**	**Прямой маркетинг**

7. Сбытовая политика в отношении анализируемого продукта

6.1 Определите, как организованы продажи продукта. Помните, что в спорте в отношении бесплатных продуктов к процессу продаж следует относить и регистрацию клиентов. Результаты анализа занесите в таблицу 4.

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения
Нажмите на мессенджер, чтобы написать
Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗
+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер
disynergy.ru

Таблица 4

Прямая продажа	
Продажа через интернет	
Продажа через посредников	
Продажа в своих магазинах	
Другие каналы продаж	

7. Результаты решения поставленной задачи изложите отдельным документом и представьте его руководителю практики.

**Объектами маркетинга являются спортивные события, услуги, товары и т.п. спортивной организации, по отношению к которому осуществляются маркетинговые действия, в частности – преобразование в продукт, разработка цены, продвижение и продажа.*

2.4.

Кейс-задача № 4.

4. Профессиональная спортивная лига, как и любая другая спортивная организация, для эффективного развития в конкурентной среде должна использовать стратегию брендинга. Для ее реализации используется атрибутивный метод. Тщательно изучите рекомендованный материал, прежде чем приступить к анализу атрибутов.

5. Проведите анализ каждого из восьми атрибутов бренда любительской спортивной лиги, раскрыв их содержание. Дайте свою экспертную оценку содержанию каждого атрибута по 10-балльной шкале (1- самая низкая оценка, 10 – самая высокая оценка)

6. Результаты анализа занесите в таблицу 1.

Таблица 1

	Атрибуты	**Содержание атрибутов**	**Оценка** (1-10)
Ядро бренда			
1	Функциональная сущность бренда		
2	Ценности бренда		
Айдентика бренда			
3	Известное имя бренда		
4	История бренда		
5	Стандарты бренда		
Идентификаторы бренда			

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения
Нажмите на мессенджер, чтобы написать
Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗
+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер
disynergy.ru

	6	Ассоциации бренда		
	7	Монетизация бренда		
	8	Капитализация бренда		
2.5.	**Кейс-задача № 5.** Определите, к какому типу корпоративной культуры (клановая, адхократическая, бюрократическая, рыночная) относится культура любительской спортивной лиги, на базе которой вы проходите практику. Обоснуйте свой вывод. Какие основные ценности декларируются в данной организации? Опишите элементы организационной культуры лиги?			
3.	Систематизация собранного нормативного и фактического материала.			
4.	Оформление отчета о прохождении практики.			
5.	Защита отчета по практике.			

Обучающийся индивидуальное задание получил(а)

_____ _____
(Ф.И.О.) (Подпись)

«___» _____ 20__г.[4]

[4] В соответствии с календарным учебным графиком указывается дата первого дня практики.

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения
Нажмите на мессенджер, чтобы написать
Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗
+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер disynergy.ru

Вариант № 4

<table>
<tr><th>№ п/п</th><th>Виды работ</th></tr>
<tr><td>1.</td><td>Инструктаж по соблюдению правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов.</td></tr>
<tr><td>2.</td><td>Выполнение определенных практических кейсов-задач, необходимых для оценки умений, навыков и (или) опыта деятельности по итогам производственной (технологической (проектно-технологической)) практики</td></tr>
<tr><td>2.1.</td><td>Кейс-задача № 1.
С помощью SNW-анализа проанализируйте сильные и слабые стороны профессионального спортивного клуба, на базе которой вы проходите практику, сравнив ее внутреннюю среду и бизнес-процессы с передовым российским и зарубежным опытом, известным вам из теории спортивного менеджмента.
<table>
<tr><th rowspan="2">№</th><th rowspan="2">Элемент внутренней среды</th><th colspan="3">Качественная оценка (поставьте «+»)</th></tr>
<tr><th>S (сильная сторона)</th><th>N (нейтральная сторона)</th><th>W (слабая сторона)</th></tr>
<tr><td>1</td><td>Организационная структура</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>2</td><td>Квалификация персонала</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>3</td><td>Зрелищность матчей</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>4</td><td>Спортивный результат</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>5</td><td>Медиа-аудитория</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>6</td><td>Посещаемость матчей</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>7</td><td>Отношение с органами власти и государственная поддержка</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>8</td><td>Коммерческая деятельность в день матча</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>9</td><td>Отношения со спонсорами и партнерами</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>10</td><td>Финансы и бюджет</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>11</td><td>Официальный сайт и социальные сети</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>12</td><td>Реклама и продвижение деятельности</td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table></td></tr>
<tr><td>2.2.</td><td>Кейс-задача № 2.
С помощью PEST-анализа определите политические, экономические, социальные и технологические факторы, влияющие на деятельность профессионального спортивного клуба, на базе которого вы проходите практику. Сформулируйте возможности и угрозы его развития с учетом факторов внешней среды по представленной ниже форме:</td></tr>
</table>

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения
Нажмите на мессенджер, чтобы написать
Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗
+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер
disynergy.ru

№	Фактор внешней среды	Угроза / Возможность
1	Политические факторы	
1.1		
1.2		
…		
2.	Экономические факторы	
2.1		
2.2		
…		
3.	Социальные факторы	
3.1		
3.2		
…		
4.	Технологические факторы	
4.1		
4.2		
…		

Выводы:

Наиболее вероятным позитивным сценарием развития профессионального спортивного клуба с учетом факторов внешней среды будет являться…

Наиболее вероятными угрозами, мешающими развитию профессионального спортивного клуба, будут…

2.3.

Кейс-задача № 3.

1. Для проведения анализа маркетинговых инструментов профессионального спортивной клуба выберите вначале один из его конкретных объектов* маркетинга:

- спортивное событие (домашний матч)
- услугу (спортивную, образовательную, информационную, маркетинговую – в т.ч предложения для спонсоров, предложения по аренде и т.п.)
- объект маркетинга информационного типа (сайт, видеоканал и т.п. клуба)
- группу спортивных товаров (атрибутика, экипировка), которые создает и продает профессионального клуб

2. Составьте справку с характеристиками выбранного объекта маркетинга:

- место объекта в системе маркетинга профессионального клуба (атрибутивный \ дополнительный \ вспомогательный)
- рыночное позиционирование объекта маркетинг (способность решать конкретные проблемы, создавать значимые для людей

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения

Нажмите на мессенджер, чтобы написать

Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗

+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер

disynergy.ru

ценности)

- источники финансирования объекта маркетинга
- ключевые целевые аудитории объекта маркетинга
- основные рыночные конкуренты объекта маркетинга

3. Продуктовая политика в отношении выбранного объекта маркетинга

3.1 Проведите анализ трех продуктовых уровней по модели Ф.Котлера (рис.1). Помните, что у любого продукта всегда есть характеристики первого и второго уровней, но не обязательно есть характеристики третьего уровня.

Рис.1 Модель трехуровневой структуры продукта

Результаты проведенного анализа занесите в таблицу 1.

Таблица 1

Базовые выгоды продукта	**Реальный продукт**	**Расширенный продукт**
Основное назначение продукта, способность решения проблем клиентов	*Описать характеристики продукта в зависимости от типа:* *Событие – замысел, концепция \ место \ время \ участники \ механика;* *Товар, услуга - название, функции, свойства и т.п*	*Дополнительные выгоды, от использования продукта (бонусы, обслуживание после продажи, гарантии, участие в программе лояльности и т.п.)*

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения
Нажмите на мессенджер, чтобы написать
Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗
+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер
disynergy.ru

1.2 Определите, какими уникальными конкурентными свойствами обладает продукт.

1.3 Определите направления совершенствования продукта с учетом тенденций развития спортивной индустрии, технологий и маркетинговой среды профессионального спортивного клуба.

2. Ценовая политика в отношении анализируемого продукта

4.1 Установите типы цены (временн***а***я и денежная), которые используется в отношении анализируемого продукта.

4.2 Определите себестоимость продукта (стоимость единицы товара или стоимость обслуживания одного клиента), в том числе временн***у***ю.

4.3 Определите оценочно ценовые характеристики спроса (сколько максимально денег и времени готовы заплатить за продукт клиенты)

4.4 Проанализируйте цены конкурентов на аналогичные продукты.

4.5 Определите на основании этих данный возможную итоговую цену продукта. Результаты анализа занесите в таблицу 2.

Таблица 2

Себестоимость	**Спрос**	**Цены конкурентов**
Возможная итоговая цена продукта		

4.6 Определите, есть ли скидки на продукт

3. Коммуникационная политика в отношении анализируемого продукта

5.1 Определите основные способы коммуникаций, используемые для продвижения продукта. Помните, что при продвижении могут использоваться не все способы коммуникаций. Результаты анализа занесите их в таблицу 3.

Таблица 3

PR	**Реклама**	**Стимулирование**	**Прямой маркетинг**

4. Сбытовая политика в отношении анализируемого продукта

6.1 Определите, как организованы продажи продукта. Помните, что в спорте в отношении бесплатных продуктов к процессу продаж следует относить и регистрацию клиентов. Результаты анализа занесите в таблицу 4.

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения
Нажмите на мессенджер, чтобы написать
Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗
+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер
disynergy.ru

Таблица 4

Прямая продажа	
Продажа через интернет	
Продажа через посредников	
Продажа в своих магазинах	
Другие каналы продаж	

7. Результаты решения поставленной задачи изложите отдельным документом и представьте его руководителю практики.

**Объектами маркетинга являются спортивные события, услуги, товары и т.п. спортивной организации, по отношению к которому осуществляются маркетинговые действия, в частности – преобразование в продукт, разработка цены, продвижение и продажа.*

2.4.

Кейс-задача № 4.

1. Профессиональный спортивный клуб, как и любая другая спортивная организация, для эффективного развития в конкурентной среде должен использовать стратегию брендинга. Для ее реализации используется атрибутивный метод. Тщательно изучите рекомендованный материал, прежде чем приступить к анализу атрибутов.
2. Проведите анализ каждого из восьми атрибутов бренда профессионального спортивной клуба, раскрыв их содержание. Дайте свою экспертную оценку содержанию каждого атрибута по 10-балльной шкале (1- самая низкая оценка, 10 – самая высокая оценка)
3. Результаты анализа занесите в таблицу 1.

Таблица 1

	Атрибуты	**Содержание атрибутов**	**Оценка** (1-10)
Ядро бренда			
1	Функциональная сущность бренда		
2	Ценности бренда		
Айдентика бренда			
3	Известное имя бренда		
4	История бренда		
5	Стандарты бренда		
Идентификаторы бренда			
6	Ассоциации бренда		
7	Монетизация бренда		
8	Капитализация бренда		

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения
Нажмите на мессенджер, чтобы написать
Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗
+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер
disynergy.ru

2.5.	**Кейс-задача № 5.** Определите, к какому типу корпоративной культуры (клановая, адхократическая, бюрократическая, рыночная) относится культура профессионального спортивного клуба, на базе которого вы проходите практику. Обоснуйте свой вывод. Какие основные ценности декларируются в данной спортивной клубе? Какие традиции сложились в коллективе под влиянием организационной культуры? Опишите элементы организационной культуры профессионального спортивного клуба?
3.	Систематизация собранного нормативного и фактического материала.
4.	Оформление отчета о прохождении практики.
5.	Защита отчета по практике.

Обучающийся индивидуальное задание получил(а)

_____ _____

(Ф.И.О.) (Подпись)

«___» _____ 20__г.[5]

[5] В соответствии с календарным учебным графиком указывается дата первого дня практики.

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения

Нажмите на мессенджер, чтобы написать

Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗

+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер disynergy.ru

Вариант № 5

<table>
<tr><th>№ п/п</th><th>Виды работ</th></tr>
<tr><td>1.</td><td>Инструктаж по соблюдению правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов.</td></tr>
<tr><td>2.</td><td>Выполнение определенных практических кейсов-задач, необходимых для оценки умений, навыков и (или) опыта деятельности по итогам производственной (технологической (проектно-технологической)) практики</td></tr>
<tr><td>2.1.</td><td>Кейс-задача № 1.
С помощью SNW-анализа проанализируйте сильные и слабые стороны любительского спортивного клуба, на базе которой вы проходите практику, сравнив ее внутреннюю среду и бизнес-процессы с передовым российским и зарубежным опытом, известным вам из теории спортивного менеджмента.
<table>
<tr><th rowspan="2">№</th><th rowspan="2">Элемент внутренней среды</th><th colspan="3">Качественная оценка (поставьте «+»)</th></tr>
<tr><th>S (сильная сторона)</th><th>N (нейтральная сторона)</th><th>W (слабая сторона)</th></tr>
<tr><td>1</td><td>Организационная структура</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>2</td><td>Квалификация персонала</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>3</td><td>Зрелищность матчей</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>4</td><td>Спортивный результат</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>5</td><td>Медиа-аудитория</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>6</td><td>Посещаемость матчей</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>7</td><td>Отношение с органами власти и государственная поддержка</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>8</td><td>Коммерческая деятельность в день матча</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>9</td><td>Отношения со спонсорами и партнерами</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>10</td><td>Финансы и бюджет</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>11</td><td>Официальный сайт и социальные сети</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>12</td><td>Реклама и продвижение деятельности</td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table></td></tr>
<tr><td>2.2.</td><td>Кейс-задача № 2.
С помощью PEST-анализа определите политические, экономические, социальные и технологические факторы, влияющие на деятельность любительского спортивного клуба, на базе которого вы проходите практику. Сформулируйте возможности и угрозы его развития с учетом факторов внешней среды по представленной ниже форме:</td></tr>
</table>

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения
Нажмите на мессенджер, чтобы написать
Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗
+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер
disynergy.ru

№	Фактор внешней среды	Угроза / Возможность
1	Политические факторы	
1.1		
1.2		
…		
2.	Экономические факторы	
2.1		
2.2		
…		
3.	Социальные факторы	
3.1		
3.2		
…		
4.	Технологические факторы	
4.1		
4.2		
…		

Выводы:

Наиболее вероятным позитивным сценарием развития любительского спортивного клуба с учетом факторов внешней среды будет являться…

Наиболее вероятными угрозами, мешающими развитию любительского спортивного клуба, будут…

2.3. **Кейс-задача № 3**.

- **Для проведения анализа маркетинговых инструментов любительского спортивной клуба выберите вначале один из его конкретных объектов* маркетинга:**

- спортивное событие (домашний матч)
- услугу (спортивную, образовательную, информационную, маркетинговую – в т.ч предложения для спонсоров, предложения по аренде и т.п.)
- объект маркетинга информационного типа (сайт, видеоканал и т.п. клуба)
- группу спортивных товаров (атрибутика, экипировка), которые создает и продает любительского клуб

- **Составьте справку с характеристиками выбранного объекта маркетинга:**

- место объекта в системе маркетинга любительского клуба (атрибутивный \ дополнительный \ вспомогательный)
- рыночное позиционирование объекта маркетинг (способность решать конкретные проблемы, создавать значимые для людей

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения
Нажмите на мессенджер, чтобы написать
Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗
+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер
disynergy.ru

ценности)

- источники финансирования объекта маркетинга
- ключевые целевые аудитории объекта маркетинга
- основные рыночные конкуренты объекта маркетинга

- **Продуктовая политика в отношении выбранного объекта маркетинга**

.1 Проведите анализ трех продуктовых уровней по модели Ф.Котлера (рис.1). Помните, что у любого продукта всегда есть характеристики первого и второго уровней, но не обязательно есть характеристики третьего уровня.

Рис.1 Модель трехуровневой структуры продукта

Результаты проведенного анализа занесите в таблицу 1.

Таблица 1

Базовые выгоды продукта	**Реальный продукт**	**Расширенный продукт**
Основное назначение продукта, способность решения проблем клиентов	*Описать характеристики продукта в зависимости от типа:* *Событие – замысел, концепция \ место \ время \ участники \ механика;* *Товар, услуга - название, функции, свойства и т.п*	*Дополнительные выгоды, от использования продукта (бонусы, обслуживание после продажи, гарантии, участие в программе лояльности и т.п.)*

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения

Нажмите на мессенджер, чтобы написать

Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗

+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер disynergy.ru

4.2 Определите, какими уникальными конкурентными свойствами обладает продукт.

4.3 Определите направления совершенствования продукта с учетом тенденций развития спортивной индустрии, технологий и маркетинговой среды любительского спортивного клуба.

4.Ценовая политика в отношении анализируемого продукта

4.1 Установите типы цены (временн*а*я и денежная), которые используется в отношении анализируемого продукта.

4.2 Определите себестоимость продукта (стоимость единицы товара или стоимость обслуживания одного клиента), в том числе временн*у*ю.

4.3 Определите оценочно ценовые характеристики спроса (сколько максимально денег и времени готовы заплатить за продукт клиенты)

4.4 Проанализируйте цены конкурентов на аналогичные продукты.

4.5 Определите на основании этих данный возможную итоговую цену продукта. Результаты анализа занесите в таблицу 2.

Таблица 2

Себестоимость	**Спрос**	**Цены конкурентов**
Возможная итоговая цена продукта		

4.6 Определите, есть ли скидки на продукт

5. Коммуникационная политика в отношении анализируемого продукта

5.1 Определите основные способы коммуникаций, используемые для продвижения продукта. Помните, что при продвижении могут использоваться не все способы коммуникаций. Результаты анализа занесите их в таблицу 3.

Таблица 3

PR	**Реклама**	**Стимулирование**	**Прямой маркетинг**

6. Сбытовая политика в отношении анализируемого продукта

6.1 Определите, как организованы продажи продукта. Помните, что в спорте в отношении бесплатных продуктов к процессу продаж следует относить и регистрацию клиентов. Результаты анализа занесите в таблицу 4.

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения

Нажмите на мессенджер, чтобы написать

Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗

+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер disynergy.ru

Таблица 4

Прямая продажа	
Продажа через интернет	
Продажа через посредников	
Продажа в своих магазинах	
Другие каналы продаж	

7. Результаты решения поставленной задачи изложите отдельным документом и представьте его руководителю практики.

**Объектами маркетинга являются спортивные события, услуги, товары и т.п. спортивной организации, по отношению к которому осуществляются маркетинговые действия, в частности – преобразование в продукт, разработка цены, продвижение и продажа.*

2.4.

Кейс-задача № 4.

1. Любительский спортивный клуб, как и любая другая спортивная организация, для эффективного развития в конкурентной среде должен использовать стратегию брендинга. Для ее реализации используется атрибутивный метод. Тщательно изучите рекомендованный материал, прежде чем приступить к анализу атрибутов.
2. Проведите анализ каждого из восьми атрибутов бренда любительского спортивного клуба, раскрыв их содержание. Дайте свою экспертную оценку содержанию каждого атрибута по 10-балльной шкале (1- самая низкая оценка, 10 – самая высокая оценка)
3. Результаты анализа занесите в таблицу 1.

Таблица 1

	Атрибуты	**Содержание атрибутов**	**Оценка** (1-10)
Ядро бренда			
1	Функциональная сущность бренда		
2	Ценности бренда		
Айдентика бренда			
3	Известное имя бренда		
4	История бренда		
5	Стандарты бренда		
Идентификаторы бренда			
6	Ассоциации бренда		
7	Монетизация бренда		
8	Капитализация бренда		

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения
Нажмите на мессенджер, чтобы написать
Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗
+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер
disynergy.ru

2.5.	**Кейс-задача № 5.** Определите, к какому типу корпоративной культуры (клановая, адхократическая, бюрократическая, рыночная) относится культура любительского спортивного клуба, на базе которого вы проходите практику. Обоснуйте свой вывод. Какие основные ценности декларируются в данном спортивной клубе? Какие традиции сложились в коллективе под влиянием организационной культуры? Опишите элементы организационной культуры любительского спортивного клуба.
3.	Систематизация собранного нормативного и фактического материала.
4.	Оформление отчета о прохождении практики.
5.	Защита отчета по практике.

Обучающийся индивидуальное задание получил(а)

_____ _____
(Ф.И.О.) (Подпись)

«___» _____ 20__г.[6]

[6] В соответствии с календарным учебным графиком указывается дата первого дня практики.

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения
Нажмите на мессенджер, чтобы написать
Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗
+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер disynergy.ru

Вариант № 6

<table>
<tr><th>№ п/п</th><th>Виды работ</th></tr>
<tr><td>1.</td><td>Инструктаж по соблюдению правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов.</td></tr>
<tr><td>2.</td><td>Выполнение определенных практических кейсов-задач, необходимых для оценки умений, навыков и (или) опыта деятельности по итогам производственной (технологической (проектно-технологической)) практики</td></tr>
<tr><td>2.1.</td><td>Кейс-задача № 1.
С помощью SNW-анализа проанализируйте сильные и слабые стороны конкретного фитнес-клуба или сети фитнес-клубов, на базе которой вы проходите практику, сравнив его внутреннюю среду и бизнес-процессы с передовым российским и зарубежным опытом, известным вам из теории спортивного менеджмента.
<table>
<tr><th rowspan="2">№</th><th rowspan="2">Элемент внутренней среды</th><th colspan="3">Качественная оценка (поставьте «+»)</th></tr>
<tr><th>S (сильная сторона)</th><th>N (нейтральная сторона)</th><th>W (слабая сторона)</th></tr>
<tr><td>1</td><td>Организационная структура</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>2</td><td>Квалификация персонала</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>3</td><td>Ассортимент услуг</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>4</td><td>Конкурентоспособность услуг</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>5</td><td>Узнаваемость</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>6</td><td>Репутация</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>7</td><td>Отношение с органами власти и государственная поддержка</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>8</td><td>Дополнительные услуги</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>9</td><td>Месторасположение</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>10</td><td>Финансы</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>11</td><td>Официальный сайт и социальные сети</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>12</td><td>Реклама и продвижение деятельности</td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table></td></tr>
<tr><td>2.2.</td><td>Кейс-задача № 2.
С помощью PEST-анализа определите политические, экономические, социальные и технологические факторы, влияющие на деятельность конкретного фитнес-клуба или сети фитнес-клубов, на базе которого вы проходите практику. Сформулируйте возможности и угрозы ее развития с учетом факторов внешней среды по представленной ниже форме:</td></tr>
</table>

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения
Нажмите на мессенджер, чтобы написать
Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗
+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер
disynergy.ru

№	Фактор внешней среды	Угроза / Возможность
1	Политические факторы	
1.1		
1.2		
…		
2.	Экономические факторы	
2.1		
2.2		
…		
3.	Социальные факторы	
3.1		
3.2		
…		
4.	Технологические факторы	
4.1		
4.2		
…		

Выводы:

Наиболее вероятным позитивным сценарием развития фитнес-клуба или сети фитнес-клубов с учетом факторов внешней среды будет являться…

Наиболее вероятными угрозами, мешающими развитию фитнес-клуба или сети фитнес-клубов, будут…

2.3.

Кейс-задача № 3.

1. Для проведения анализа маркетинговых инструментов фитнес клуба выберите вначале один из его конкретных объектов* маркетинга:

- услугу (спортивную, образовательную, информационную, маркетинговую – в т.ч предложения для спонсоров, предложения по аренде и т.п.)
- объект маркетинга информационного типа (сайт, видеоканал и т.п. клуба)
- спортивные и промо события
- группу спортивных товаров (атрибутика, экипировка), которые создает и продает фитнес клуб

2. Составьте справку с характеристиками выбранного объекта маркетинга:

- место объекта в системе маркетинга фитнес клуба (атрибутивный \ дополнительный \ вспомогательный)
- рыночное позиционирование объекта маркетинг (способность решать конкретные проблемы, создавать значимые для людей

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения

Нажмите на мессенджер, чтобы написать

Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗

+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер disynergy.ru

ценности)

- источники финансирования объекта маркетинга
- ключевые целевые аудитории объекта маркетинга
- основные рыночные конкуренты объекта маркетинга

3. Продуктовая политика в отношении выбранного объекта маркетинга

3.1 Проведите анализ трех продуктовых уровней по модели Ф.Котлера (рис.1). Помните, что у любого продукта всегда есть характеристики первого и второго уровней, но не обязательно есть характеристики третьего уровня.

Рис.1 Модель трехуровневой структуры продукта

Результаты проведенного анализа занесите в таблицу 1.

Таблица 1

Базовые выгоды продукта	**Реальный продукт**	**Расширенный продукт**
Основное назначение продукта, способность решения проблем клиентов	*Описать характеристики продукта в зависимости от типа:* *Событие – замысел, концепция \ место \ время \ участники \ механика;* *Товар, услуга - название, функции, свойства и т.п*	*Дополнительные выгоды, от использования продукта (бонусы, обслуживание после продажи, гарантии, участие в программе лояльности и т.п.)*

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения
Нажмите на мессенджер, чтобы написать
Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗
+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер
disynergy.ru

1.2 Определите, какими уникальными конкурентными свойствами обладает продукт.

1.3 Определите направления совершенствования продукта с учетом тенденций развития спортивной индустрии, технологий и маркетинговой среды фитнес клуба.

2. Ценовая политика в отношении анализируемого продукта

4.1 Установите типы цены (временн***а***я и денежная), которые используется в отношении анализируемого продукта.

4.2 Определите себестоимость продукта (стоимость единицы товара или стоимость обслуживания одного клиента), в том числе временн***у***ю.

4.3 Определите оценочно ценовые характеристики спроса (сколько максимально денег и времени готовы заплатить за товар клиенты)

4.4 Проанализируйте цены конкурентов на аналогичные продукты.

4.5 Определите на основании этих данный возможную итоговую цену продукта. Результаты анализа занесите в таблицу 2.

Таблица 2

Себестоимость	**Спрос**	**Цены конкурентов**
Возможная итоговая цена продукта		

4.6 Определите, есть ли скидки на продукт

3. Коммуникационная политика в отношении анализируемого продукта

5.1 Определите основные способы коммуникаций, используемые для продвижения продукта. Помните, что при продвижении могут использоваться не все способы коммуникаций. Результаты анализа занесите их в таблицу 3.

Таблица 3

PR	**Реклама**	**Стимулирование**	**Прямой маркетинг**

4. Сбытовая политика в отношении анализируемого продукта

6.1 Определите, как организованы продажи продукта. Помните, что в спорте в отношении бесплатных продуктов к процессу продаж следует относить и регистрацию клиентов. Результаты анализа занесите в таблицу 4.

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения
Нажмите на мессенджер, чтобы написать
Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗
+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер
disynergy.ru

Таблица 4

Прямая продажа	
Продажа через интернет	
Продажа через посредников	
Продажа в своих магазинах	
Другие каналы продаж	

7. Результаты решения поставленной задачи изложите отдельным документом и представьте его руководителю практики.

**Объектами маркетинга являются спортивные события, услуги, товары и т.п. спортивной организации, по отношению к которому осуществляются маркетинговые действия, в частности – преобразование в продукт, разработка цены, продвижение и продажа.*

2.4.

Кейс-задача № 4.

1. Фитнес клуб, как и любая другая спортивная организация, для эффективного развития в конкурентной среде должен использовать стратегию брендинга. Для ее реализации используется атрибутивный метод. Тщательно изучите рекомендованный материал, прежде чем приступить к анализу атрибутов.

2. Проведите анализ каждого из восьми атрибутов бренда спортивной клуба, раскрыв их содержание. Дайте свою экспертную оценку содержанию каждого атрибута по 10-балльной шкале (1- самая низкая оценка, 10 – самая высокая оценка)

3. Результаты анализа занесите в таблицу 1.

Таблица 1

	Атрибуты	**Содержание атрибутов**	**Оценка** (1-10)
Ядро бренда			
1	Функциональная сущность бренда		
2	Ценности бренда		
Айдентика бренда			
3	Известное имя бренда		
4	История бренда		
5	Стандарты бренда		
Идентификаторы бренда			
6	Ассоциации бренда		

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения
Нажмите на мессенджер, чтобы написать
Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗
+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер
disynergy.ru

	7	Монетизация бренда		
	8	Капитализация бренда		
2.5.	**Кейс-задача № 5.** Определите, к какому типу корпоративной культуры (клановая, адхократическая, бюрократическая, рыночная) относится культура фитнес-клуба, на базе которого вы проходите практику. Обоснуйте свой вывод. Какие основные ценности декларируются в данной фитнес-клубе? Какие традиции сложились в коллективе под влиянием организационной культуры? Выделите три основных характеристики, которые иллюстрируют отличия реальной организационной культуры от декларируемой корпоративной фитнес-клуба.			
3.	Систематизация собранного нормативного и фактического материала.			
4.	Оформление отчета о прохождении практики.			
5.	Защита отчета по практике.			

Обучающийся индивидуальное задание получил(а)

_____ _____
(Ф.И.О.) (Подпись)

«___» _____ 20__г.[7]

[7] В соответствии с календарным учебным графиком указывается дата первого дня практики.

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения
Нажмите на мессенджер, чтобы написать
Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗
+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер disynergy.ru

Вариант № 7

<table>
<tr><th>№ п/п</th><th>Виды работ</th></tr>
<tr><td>1.</td><td>Инструктаж по соблюдению правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов.</td></tr>
<tr><td>2.</td><td>Выполнение определенных практических кейсов-задач, необходимых для оценки умений, навыков и (или) опыта деятельности по итогам производственной (технологической (проектно-технологической)) практики</td></tr>
<tr><td>2.1.</td><td>Кейс-задача № 1.
С помощью SNW-анализа проанализируйте сильные и слабые стороны спортивного агентства, на базе которого вы проходите практику, сравнив его внутреннюю среду и бизнес-процессы с передовым российским и зарубежным опытом, известным вам из теории спортивного менеджмента.
<table>
<tr><th rowspan="2">№</th><th rowspan="2">Элемент внутренней среды</th><th colspan="3">Качественная оценка (поставьте «+»)</th></tr>
<tr><th>S (сильная сторона)</th><th>N (нейтральная сторона)</th><th>W (слабая сторона)</th></tr>
<tr><td>1</td><td>Организационная структура</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>2</td><td>Квалификация персонала</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>3</td><td>Ассортимент услуг</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>4</td><td>Конкурентоспособность услуг</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>5</td><td>Узнаваемость</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>6</td><td>Репутация</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>7</td><td>Отношение с органами власти и государственная поддержка</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>8</td><td>Маркетинговая стратегия</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>9</td><td>Работа с целевой аудиторией</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>10</td><td>Финансы</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>11</td><td>Официальный сайт и социальные сети</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>12</td><td>Реклама и продвижение деятельности</td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table></td></tr>
<tr><td>2.2.</td><td>Кейс-задача № 2.
С помощью PEST-анализа определите политические, экономические, социальные и технологические факторы, влияющие на деятельность спортивного агентства, на базе которого вы проходите практику. Сформулируйте возможности и угрозы ее развития с учетом факторов внешней среды по представленной ниже форме:</td></tr>
</table>

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения
Нажмите на мессенджер, чтобы написать
Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗
+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер
disynergy.ru

№	Фактор внешней среды	Угроза / Возможность
1	Политические факторы	
1.1		
1.2		
…		
2.	Экономические факторы	
2.1		
2.2		
…		
3.	Социальные факторы	
3.1		
3.2		
…		
4.	Технологические факторы	
4.1		
4.2		
…		

Выводы:

Наиболее вероятным позитивным сценарием развития спортивного агентства с учетом факторов внешней среды будет являться…

Наиболее вероятными угрозами, мешающими развитию спортивного агентства, будут…

2.3.

Кейс-задача № 3.

1. Для проведения анализа маркетинговых инструментов агентства выберите вначале один из его конкретных объектов* маркетинга:

- услугу (консалтинговую, спортивную, образовательную, информационную, маркетинговую – в т.ч предложения для спонсоров, предложения по аренде и т.п.)

2. Составьте справку с характеристиками выбранного объекта маркетинга:

- место объекта в системе маркетинга агентства (атрибутивный \ дополнительный \ вспомогательный)
- рыночное позиционирование объекта маркетинга (способность решать конкретные проблемы, создавать значимые для людей ценности)
- источники финансирования объекта маркетинга
- ключевые целевые аудитории объекта маркетинга

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения

Нажмите на мессенджер, чтобы написать

Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗

+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер

disynergy.ru

- основные рыночные конкуренты объекта маркетинга

3. Продуктовая политика в отношении выбранного объекта маркетинга

3.1. Проведите анализ трех продуктовых уровней по модели Ф.Котлера (рис.1). Помните, что у любого продукта всегда есть характеристики первого и второго уровней, но не обязательно есть характеристики третьего уровня.

Рис.1 Модель трехуровневой структуры продукта

Результаты проведенного анализа занесите в таблицу 1.

Таблица 1

Базовые выгоды продукта	**Реальный продукт**	**Расширенный продукт**
Основное назначение продукта, способность решения проблем клиентов	*Описать характеристики продукта в зависимости от типа:* *Событие – замысел, концепция \ место \ время \ участники \ механика;* *Товар, услуга - название, функции, свойства и т.п*	*Дополнительные выгоды, от использования продукта (бонусы, обслуживание после продажи, гарантии, участие в программе лояльности и т.п.)*

3.2. Определите, какими уникальными конкурентными свойствами обладает продукт.

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения
Нажмите на мессенджер, чтобы написать
Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗
+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер
disynergy.ru

3.3. Определите направления совершенствования продукта с учетом тенденций развития спортивной индустрии, технологий и маркетинговой среды агентства.

4. Ценовая политика в отношении анализируемого продукта

4.1 Установите типы цены (временн***а***я и денежная), которые используется в отношении анализируемого продукта.

4.2 Определите себестоимость продукта (стоимость единицы товара или стоимость обслуживания одного клиента), в том числе временн***у***ю.

4.3 Определите оценочно ценовые характеристики спроса (сколько максимально денег и времени готовы заплатить за продукт клиенты)

4.4 Проанализируйте цены конкурентов на аналогичные продукты.

4.5 Определите на основании этих данный возможную итоговую цену продукта. Результаты анализа занесите в таблицу 2.

Таблица 2

Себестоимость	**Спрос**	**Цены конкурентов**
Возможная итоговая цена продукта		

4.6 Определите, есть ли скидки на продукт

5. Коммуникационная политика в отношении анализируемого продукта

5.1 Определите основные способы коммуникаций, используемые для продвижения продукта. Помните, что при продвижении могут использоваться не все способы коммуникаций. Результаты анализа занесите их в таблицу 3.

Таблица 3

PR	**Реклама**	**Стимулирование**	**Прямой маркетинг**

6. Сбытовая политика в отношении анализируемого продукта

6.1 Определите, как организованы продажи продукта. Помните, что в спорте в отношении бесплатных продуктов к процессу продаж следует относить и регистрацию клиентов. Результаты анализа занесите в таблицу 4.

Таблица 4

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения
Нажмите на мессенджер, чтобы написать
Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗
+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер
disynergy.ru

	Прямая продажа	
	Продажа через интернет	
	Продажа через посредников	
	Продажа в своих магазинах	
	Другие каналы продаж	

7. Результаты решения поставленной задачи изложите отдельным документом и представьте его руководителю практики.

**Объектами маркетинга являются спортивные события, услуги, товары и т.п. спортивной организации, по отношению к которому осуществляются маркетинговые действия, в частности – преобразование в продукт, разработка цены, продвижение и продажа.*

2.4. **Кейс-задача № 4.**

1. Агентство, как и любая другая спортивная организация, для эффективного развития в конкурентной среде должно использовать стратегию брендинга. Для ее реализации используется атрибутивный метод. Тщательно изучите рекомендованный материал, прежде чем приступить к анализу атрибутов.

2. Проведите анализ каждого из восьми атрибутов бренда агентства, раскрыв их содержание. Дайте свою экспертную оценку содержанию каждого атрибута по 10-балльной шкале (1- самая низкая оценка, 10 – самая высокая оценка)

3. Результаты анализа занесите в таблицу 1.

Таблица 1

	Атрибуты	**Содержание атрибутов**	**Оценка** (1-10)
Ядро бренда			
1	Функциональная сущность бренда		
2	Ценности бренда		
Айдентика бренда			
3	Известное имя бренда		
4	История бренда		
5	Стандарты бренда		
Идентификаторы бренда			
6	Ассоциации бренда		

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения
Нажмите на мессенджер, чтобы написать
Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗
+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер
disynergy.ru

	7	Монетизация бренда		
	8	Капитализация бренда		
2.5.	**Кейс-задача № 5.** Определите, к какому типу корпоративной культуры (клановая, адхократическая, бюрократическая, рыночная) относится культура спортивного агентства, на базе которого вы проходите практику. Обоснуйте свой вывод. Какие основные ценности декларируются в данном спортивном агентстве? Какие традиции сложились в коллективе под влиянием организационной культуры? Опишите элементы организационной культуры спортивного агентства.			
3.	Систематизация собранного нормативного и фактического материала.			
4.	Оформление отчета о прохождении практики.			
5.	Защита отчета по практике.			

Обучающийся индивидуальное задание получил(а)

_____ _____
(Ф.И.О.) (Подпись)

«___» _____ 20__г.[8]

[8] В соответствии с календарным учебным графиком указывается дата первого дня практики.

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения
Нажмите на мессенджер, чтобы написать
Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗
+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер disynergy.ru

Вариант № 8

<table>
<tr><th>№ п/п</th><th>Виды работ</th></tr>
<tr><td>1.</td><td>Инструктаж по соблюдению правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов.</td></tr>
<tr><td>2.</td><td>Выполнение определенных практических кейсов-задач, необходимых для оценки умений, навыков и (или) опыта деятельности по итогам производственной (технологической (проектно-технологической)) практики</td></tr>
<tr><td>2.1.</td><td>Кейс-задача № 1.
С помощью SNW-анализа проанализируйте сильные и слабые стороны муниципальной детской спортивной школы, на базе которой вы проходите практику, сравнив ее внутреннюю среду и бизнес-процессы с передовым российским и зарубежным опытом, известным вам из теории спортивного менеджмента.
<table>
<tr><th rowspan="2">№</th><th rowspan="2">Элемент внутренней среды</th><th colspan="3">Качественная оценка (поставьте «+»)</th></tr>
<tr><th>S (сильная сторона)</th><th>N (нейтральная сторона)</th><th>W (слабая сторона)</th></tr>
<tr><td>1</td><td>Организационная структура</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>2</td><td>Квалификация персонала</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>3</td><td>Зрелищность матчей</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>4</td><td>Спортивный результат</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>5</td><td>Медиа-аудитория</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>6</td><td>Посещаемость матчей</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>7</td><td>Отношение с органами власти и государственная поддержка</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>8</td><td>Коммерческая деятельность в день матча</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>9</td><td>Отношения со спонсорами и партнерами</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>10</td><td>Финансы и бюджет</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>11</td><td>Официальный сайт и социальные сети</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>12</td><td>Реклама и продвижение деятельности</td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table></td></tr>
<tr><td>2.2.</td><td>Кейс-задача № 2.
С помощью PEST-анализа определите политические, экономические, социальные и технологические факторы, влияющие на деятельность муниципальной детской спортивной школы, на базе которого вы проходите практику. Сформулируйте возможности и угрозы его развития с учетом факторов внешней среды по представленной ниже форме:
<table>
<tr><th>№</th><th>Фактор внешней среды</th><th>Угроза / Возможность</th></tr>
<tr><td>1</td><td>Политические факторы</td><td></td></tr>
</table></td></tr>
</table>

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения

Нажмите на мессенджер, чтобы написать

Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗

+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер

disynergy.ru

	1.1		
	1.2		
	…		
	2.	Экономические факторы	
	2.1		
	2.2		
	…		
	3.	Социальные факторы	
	3.1		
	3.2		
	…		
	4.	Технологические факторы	
	4.1		
	4.2		
	…		

Выводы:

Наиболее вероятным позитивным сценарием развития муниципальной детской спортивной школы с учетом факторов внешней среды будет являться…

Наиболее вероятными угрозами, мешающими развитию муниципальной детской спортивной школы, будут…

2.3.

Кейс-задача № 3.

1. Для проведения анализа маркетинговых инструментов муниципальной детской спортивной школы выберите вначале один из его конкретных объектов* маркетинга:

- спортивное событие (домашний матч)
- услугу (спортивную, образовательную, информационную, маркетинговую – в т.ч предложения для спонсоров, предложения по аренде и т.п.)
- объект маркетинга информационного типа (сайт, видеоканал и т.п. клуба)
- группу спортивных товаров (атрибутика, экипировка), которые создает и продает муниципальная детская спортивная школа

2. Составьте справку с характеристиками выбранного объекта маркетинга:

- место объекта в системе маркетинга муниципальной детской спортивной школы (атрибутивный \ дополнительный \ вспомогательный)
- рыночное позиционирование объекта маркетинг (способность решать конкретные проблемы, создавать значимые для людей ценности)

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения

Нажмите на мессенджер, чтобы написать

Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗

+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер

disynergy.ru

- источники финансирования объекта маркетинга
- ключевые целевые аудитории объекта маркетинга
- основные рыночные конкуренты объекта маркетинга

3. Продуктовая политика в отношении выбранного объекта маркетинга

3.1. Проведите анализ трех продуктовых уровней по модели Ф.Котлера (рис.1). Помните, что у любого продукта всегда есть характеристики первого и второго уровней, но не обязательно есть характеристики третьего уровня.

Рис.1 Модель трехуровневой структуры продукта

Результаты проведенного анализа занесите в таблицу 1.

Таблица 1

Базовые выгоды продукта	**Реальный продукт**	**Расширенный продукт**
Основное назначение продукта, способность решения проблем клиентов	*Описать характеристики продукта в зависимости от типа:* *Событие – замысел, концепция \ место \ время \ участники \ механика;* *Товар, услуга - название, функции, свойства и т.п*	*Дополнительные выгоды, от использования продукта (бонусы, обслуживание после продажи, гарантии, участие в программе лояльности и т.п.)*

3.2. Определите, какими уникальными конкурентными свойствами обладает продукт.

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения
Нажмите на мессенджер, чтобы написать
Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗
+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер
disynergy.ru

3.3. Определите направления совершенствования продукта с учетом тенденций развития спортивной индустрии, технологий и маркетинговой среды муниципальной детской спортивной школы.

4. Ценовая политика в отношении анализируемого продукта

4.1 Установите типы цены (временн***а***я и денежная), которые используется в отношении анализируемого продукта.

4.2 Определите себестоимость продукта (стоимость единицы товара или стоимость обслуживания одного клиента), в том числе временн***у***ю.

4.3 Определите оценочно ценовые характеристики спроса (сколько максимально денег и времени готовы заплатить за продукт клиенты)

4.4 Проанализируйте цены конкурентов на аналогичные продукты.

4.5 Определите на основании этих данный возможную итоговую цену продукта. Результаты анализа занесите в таблицу 2.

Таблица 2

Себестоимость	**Спрос**	**Цены конкурентов**
Возможная итоговая цена продукта		

4.6 Определите, есть ли скидки на продукт

5. Коммуникационная политика в отношении анализируемого продукта

5.1 Определите основные способы коммуникаций, используемые для продвижения продукта. Помните, что при продвижении могут использоваться не все способы коммуникаций. Результаты анализа занесите их в таблицу 3.

Таблица 3

PR	**Реклама**	**Стимулирование**	**Прямой маркетинг**

6. Сбытовая политика в отношении анализируемого продукта

6.1 Определите, как организованы продажи продукта. Помните, что в спорте в отношении бесплатных продуктов к процессу продаж следует относить и регистрацию клиентов. Результаты анализа занесите в таблицу 4.

Таблица 4

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения
Нажмите на мессенджер, чтобы написать
Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗
+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер
disynergy.ru

Прямая продажа	
Продажа через интернет	
Продажа через посредников	
Продажа в своих магазинах	
Другие каналы продаж	

7. Результаты решения поставленной задачи изложите отдельным документом и представьте его руководителю практики.

**Объектами маркетинга являются спортивные события, услуги, товары и т.п. спортивной организации, по отношению к которому осуществляются маркетинговые действия, в частности – преобразование в продукт, разработка цены, продвижение и продажа.*

2.4.

Кейс-задача № 4.

1. Муниципальная детская спортивная школа, как и любая другая спортивная организация, для эффективного развития в конкурентной среде должен использовать стратегию брендинга. Для ее реализации используется атрибутивный метод. Тщательно изучите рекомендованный материал, прежде чем приступить к анализу атрибутов.

2. Проведите анализ каждого из восьми атрибутов бренда муниципальной детской спортивной школы, раскрыв их содержание. Дайте свою экспертную оценку содержанию каждого атрибута по 10-балльной шкале (1- самая низкая оценка, 10 – самая высокая оценка)

3. Результаты анализа занесите в таблицу 1.

Таблица 1

	Атрибуты	**Содержание атрибутов**	**Оценка** (1-10)
Ядро бренда			
1	Функциональная сущность бренда		
2	Ценности бренда		
Айдентика бренда			
3	Известное имя бренда		
4	История бренда		
5	Стандарты бренда		
Идентификаторы бренда			
6	Ассоциации бренда		
7	Монетизация бренда		
8	Капитализация бренда		

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения
Нажмите на мессенджер, чтобы написать
Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗
+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер
disynergy.ru

2.5.	**Кейс-задача № 5.** Определите, к какому типу корпоративной культуры (клановая, адхократическая, бюрократическая, рыночная) относится культура муниципальной детской спортивной школы, на базе которого вы проходите практику. Обоснуйте свой вывод. Какие основные ценности декларируются в данной спортивной клубе? Какие традиции сложились в коллективе под влиянием организационной культуры? Опишите элементы организационной культуры муниципальной детской спортивной школы.
3.	Систематизация собранного нормативного и фактического материала.
4.	Оформление отчета о прохождении практики.
5.	Защита отчета по практике.

Обучающийся индивидуальное задание получил(а)

_____ _____
(Ф.И.О.) (Подпись)

«___» _____ 20__г.[9]

[9] В соответствии с календарным учебным графиком указывается дата первого дня практики.

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения
Нажмите на мессенджер, чтобы написать
Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗
+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер disynergy.ru

Вариант № 9

<table>
<tr><th>№ п/п</th><th>Виды работ</th></tr>
<tr><td>1.</td><td>Инструктаж по соблюдению правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов.</td></tr>
<tr><td>2.</td><td>Выполнение определенных практических кейсов-задач, необходимых для оценки умений, навыков и (или) опыта деятельности по итогам производственной (технологической (проектно-технологической)) практики</td></tr>
<tr><td>2.1.</td><td>Кейс-задача № 1.
С помощью SNW-анализа проанализируйте сильные и слабые стороны частной детской спортивной школы, на базе которой вы проходите практику, сравнив ее внутреннюю среду и бизнес-процессы с передовым российским и зарубежным опытом, известным вам из теории спортивного менеджмента.
<table>
<tr><th rowspan="2">№</th><th rowspan="2">Элемент внутренней среды</th><th colspan="3">Качественная оценка (поставьте «+»)</th></tr>
<tr><th>S (сильная сторона)</th><th>N (нейтральная сторона)</th><th>W (слабая сторона)</th></tr>
<tr><td>1</td><td>Организационная структура</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>2</td><td>Квалификация персонала</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>3</td><td>Зрелищность матчей</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>4</td><td>Спортивный результат</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>5</td><td>Медиа-аудитория</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>6</td><td>Посещаемость матчей</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>7</td><td>Отношение с органами власти и государственная поддержка</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>8</td><td>Коммерческая деятельность в день матча</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>9</td><td>Отношения со спонсорами и партнерами</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>10</td><td>Финансы и бюджет</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>11</td><td>Официальный сайт и социальные сети</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>12</td><td>Реклама и продвижение деятельности</td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table></td></tr>
<tr><td>2.2.</td><td>Кейс-задача № 2.
С помощью PEST-анализа определите политические, экономические, социальные и технологические факторы, влияющие на деятельность частной детской спортивной школы, на базе которого вы проходите практику. Сформулируйте возможности и угрозы его развития с учетом факторов внешней среды по представленной ниже форме:</td></tr>
</table>

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения
Нажмите на мессенджер, чтобы написать
Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗
+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер
disynergy.ru

№	Фактор внешней среды	Угроза / Возможность
1	Политические факторы	
1.1		
1.2		
…		
2.	Экономические факторы	
2.1		
2.2		
…		
3.	Социальные факторы	
3.1		
3.2		
…		
4.	Технологические факторы	
4.1		
4.2		
…		

Выводы:

Наиболее вероятным позитивным сценарием развития частной детской спортивной школы с учетом факторов внешней среды будет являться…

Наиболее вероятными угрозами, мешающими развитию частной детской спортивной школы, будут…

2.3.

Кейс-задача № 3.

1. Для проведения анализа маркетинговых инструментов частной детской спортивной школы выберите вначале один из его конкретных объектов* маркетинга:

- спортивное событие (домашний матч)
- услугу (спортивную, образовательную, информационную, маркетинговую – в т.ч предложения для спонсоров, предложения по аренде и т.п.)
- объект маркетинга информационного типа (сайт, видеоканал и т.п. клуба)
- группу спортивных товаров (атрибутика, экипировка), которые создает и продает частная детская спортивная школа

2. Составьте справку с характеристиками выбранного объекта маркетинга:

- место объекта в системе маркетинга частной детской спортивной школы (атрибутивный \ дополнительный \ вспомогательный)
- рыночное позиционирование объекта маркетинг (способность решать конкретные проблемы, создавать значимые для людей

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения

Нажмите на мессенджер, чтобы написать

Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗

+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер

disynergy.ru

ценности)

- источники финансирования объекта маркетинга
- ключевые целевые аудитории объекта маркетинга
- основные рыночные конкуренты объекта маркетинга

3. Продуктовая политика в отношении выбранного объекта маркетинга

3.1. Проведите анализ трех продуктовых уровней по модели Ф.Котлера (рис.1). Помните, что у любого продукта всегда есть характеристики первого и второго уровней, но не обязательно есть характеристики третьего уровня.

Рис.1 Модель трехуровневой структуры продукта

Результаты проведенного анализа занесите в таблицу 1.

Таблица 1

Базовые выгоды продукта	**Реальный продукт**	**Расширенный продукт**
Основное назначение продукта, способность решения проблем клиентов	*Описать характеристики продукта в зависимости от типа:* *Событие – замысел, концепция \ место \ время \ участники \ механика;* *Товар, услуга - название, функции, свойства и т.п*	*Дополнительные выгоды, от использования продукта (бонусы, обслуживание после продажи, гарантии, участие в программе лояльности и т.п.)*

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения
Нажмите на мессенджер, чтобы написать
Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗
+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер
disynergy.ru

3.2. Определите, какими уникальными конкурентными свойствами обладает продукт.

3.3. Определите направления совершенствования продукта с учетом тенденций развития спортивной индустрии, технологий и маркетинговой среды частной детской спортивной школы.

4. Ценовая политика в отношении анализируемого продукта

4.1 Установите типы цены (временн***а***я и денежная), которые используется в отношении анализируемого продукта.

4.2 Определите себестоимость продукта (стоимость единицы товара или стоимость обслуживания одного клиента), в том числе временн***у***ю.

4.3 Определите оценочно ценовые характеристики спроса (сколько максимально денег и времени готовы заплатить за продукт клиенты)

4.4 Проанализируйте цены конкурентов на аналогичные продукты.

4.5 Определите на основании этих данный возможную итоговую цену продукта. Результаты анализа занесите в таблицу 2.

Таблица 2

Себестоимость	**Спрос**	**Цены конкурентов**
Возможная итоговая цена продукта		

4.6 Определите, есть ли скидки на продукт

5. Коммуникационная политика в отношении анализируемого продукта

5.1 Определите основные способы коммуникаций, используемые для продвижения продукта. Помните, что при продвижении могут использоваться не все способы коммуникаций. Результаты анализа занесите их в таблицу 3.

Таблица 3

PR	**Реклама**	**Стимулирование**	**Прямой маркетинг**

6. Сбытовая политика в отношении анализируемого продукта

6.1 Определите, как организованы продажи продукта. Помните, что в спорте в отношении бесплатных продуктов к процессу продаж следует относить и регистрацию клиентов. Результаты анализа занесите в таблицу 4.

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения

Нажмите на мессенджер, чтобы написать

Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗

+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер

disynergy.ru

Таблица 4

Прямая продажа	
Продажа через интернет	
Продажа через посредников	
Продажа в своих магазинах	
Другие каналы продаж	

7. Результаты решения поставленной задачи изложите отдельным документом и представьте его руководителю практики.

**Объектами маркетинга являются спортивные события, услуги, товары и т.п. спортивной организации, по отношению к которому осуществляются маркетинговые действия, в частности – преобразование в продукт, разработка цены, продвижение и продажа.*

2.4.

Кейс-задача № 4.

1. Частная детская спортивная школа, как и любая другая спортивная организация, для эффективного развития в конкурентной среде должен использовать стратегию брендинга. Для ее реализации используется атрибутивный метод. Тщательно изучите рекомендованный материал, прежде чем приступить к анализу атрибутов.

2. Проведите анализ каждого из восьми атрибутов бренда частной детской спортивной школы, раскрыв их содержание. Дайте свою экспертную оценку содержанию каждого атрибута по 10-балльной шкале (1- самая низкая оценка, 10 – самая высокая оценка)

3. Результаты анализа занесите в таблицу 1.

Таблица 1

	Атрибуты	**Содержание атрибутов**	**Оценка** (1-10)
Ядро бренда			
1	Функциональная сущность бренда		
2	Ценности бренда		
Айдентика бренда			
3	Известное имя бренда		
4	История бренда		
5	Стандарты бренда		
Идентификаторы бренда			
6	Ассоциации бренда		
7	Монетизация бренда		
8	Капитализация бренда		

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения
Нажмите на мессенджер, чтобы написать
Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗
+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер
disynergy.ru

2.5.	**Кейс-задача № 5.** Определите, к какому типу корпоративной культуры (клановая, адхократическая, бюрократическая, рыночная) относится культура частной детской спортивной школы, на базе которого вы проходите практику. Обоснуйте свой вывод. Какие основные ценности декларируются в данной спортивной клубе? Какие традиции сложились в коллективе под влиянием организационной культуры? Опишите элементы организационной культуры частной детской спортивной школы.
3.	Систематизация собранного нормативного и фактического материала.
4.	Оформление отчета о прохождении практики.
5.	Защита отчета по практике.

Обучающийся индивидуальное задание получил(а)

_____ _____
(Ф.И.О.) (Подпись)

«___» _____ 20__г.[10]

[10] В соответствии с календарным учебным графиком указывается дата первого дня практики.

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения
Нажмите на мессенджер, чтобы написать
Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗
+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер
disynergy.ru

Вариант № 10

<table>
<tr><th>№ п/п</th><th>Виды работ</th></tr>
<tr><td>1.</td><td>Инструктаж по соблюдению правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов.</td></tr>
<tr><td>2.</td><td>Выполнение определенных практических кейсов-задач, необходимых для оценки умений, навыков и (или) опыта деятельности по итогам производственной (технологической (проектно-технологической)) практики</td></tr>
<tr><td>2.1.</td><td>Кейс-задача № 1.
С помощью SNW-анализа проанализируйте сильные и слабые стороны спортивного сооружения, на базе которой вы проходите практику, сравнив ее внутреннюю среду и бизнес-процессы с передовым российским и зарубежным опытом, известным вам из теории спортивного менеджмента.
<table>
<tr><th rowspan="2">№</th><th rowspan="2">Элемент внутренней среды</th><th colspan="3">Качественная оценка (поставьте «+»)</th></tr>
<tr><th>S (сильная сторона)</th><th>N (нейтральная сторона)</th><th>W (слабая сторона)</th></tr>
<tr><td>1</td><td>Организационная структура</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>2</td><td>Квалификация персонала</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>3</td><td>Зрелищность матчей</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>4</td><td>Спортивный результат</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>5</td><td>Медиа-аудитория</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>6</td><td>Посещаемость матчей</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>7</td><td>Отношение с органами власти и государственная поддержка</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>8</td><td>Коммерческая деятельность в день матча</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>9</td><td>Отношения со спонсорами и партнерами</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>10</td><td>Финансы и бюджет</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>11</td><td>Официальный сайт и социальные сети</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>12</td><td>Реклама и продвижение деятельности</td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table></td></tr>
<tr><td>2.2.</td><td>Кейс-задача № 2.
С помощью PEST-анализа определите политические, экономические, социальные и технологические факторы, влияющие на деятельность спортивного сооружения, на базе которого вы проходите практику. Сформулируйте возможности и угрозы его развития с учетом факторов внешней среды по представленной ниже форме:</td></tr>
</table>

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения
Нажмите на мессенджер, чтобы написать
Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗
+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер
disynergy.ru

№	Фактор внешней среды	Угроза / Возможность
1	Политические факторы	
1.1		
1.2		
…		
2.	Экономические факторы	
2.1		
2.2		
…		
3.	Социальные факторы	
3.1		
3.2		
…		
4.	Технологические факторы	
4.1		
4.2		
…		

Выводы:

Наиболее вероятным позитивным сценарием развития спортивного сооружения с учетом факторов внешней среды будет являться…

Наиболее вероятными угрозами, мешающими развитию спортивного сооружения, будут…

2.3. **Кейс-задача № 3**.

1. Для проведения анализа маркетинговых инструментов спортивного сооружения выберите вначале один из его конкретных объектов* маркетинга:

- спортивное событие (домашний матч)
- услугу (спортивную, образовательную, информационную, маркетинговую – в т.ч предложения для спонсоров, предложения по аренде и т.п.)
- объект маркетинга информационного типа (сайт, видеоканал и т.п. клуба)
- группу спортивных товаров (атрибутика, экипировка), которые создает и продает спортивное сооружение

2. Составьте справку с характеристиками выбранного объекта маркетинга:

- место объекта в системе маркетинга спортивного сооружения (атрибутивный \ дополнительный \ вспомогательный)
- рыночное позиционирование объекта маркетинг (способность решать конкретные проблемы, создавать значимые для людей

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения
Нажмите на мессенджер, чтобы написать
Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗
+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер
disynergy.ru

ценности)

- источники финансирования объекта маркетинга
- ключевые целевые аудитории объекта маркетинга

основные рыночные конкуренты объекта маркетинга

3. Продуктовая политика в отношении выбранного объекта маркетинга

Проведите анализ трех продуктовых уровней по модели Ф.Котлера (рис.1). Помните, что у любого продукта всегда есть характеристики первого и второго уровней, но не обязательно есть характеристики третьего уровня.

Рис.1 Модель трехуровневой структуры продукта

Результаты проведенного анализа занесите в таблицу 1.

Таблица 1

Базовые выгоды продукта	**Реальный продукт**	**Расширенный продукт**
Основное назначение продукта, способность решения проблем клиентов	*Описать характеристики продукта в зависимости от типа:* *Событие – замысел, концепция \ место \ время \ участники \ механика;* *Товар, услуга - название, функции, свойства и т.п*	*Дополнительные выгоды, от использования продукта (бонусы, обслуживание после продажи, гарантии, участие в программе лояльности и т.п.)*

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения

Нажмите на мессенджер, чтобы написать

Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗

+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер

disynergy.ru

6.2 Определите, какими уникальными конкурентными свойствами обладает продукт.

6.3 Определите направления совершенствования продукта с учетом тенденций развития спортивной индустрии, технологий и маркетинговой среды спортивного сооружения.

4. Ценовая политика в отношении анализируемого продукта

4.1 Установите типы цены (временн***а***я и денежная), которые используется в отношении анализируемого продукта.

4.2 Определите себестоимость продукта (стоимость единицы товара или стоимость обслуживания одного клиента), в том числе временн***у***ю.

4.3 Определите оценочно ценовые характеристики спроса (сколько максимально денег и времени готовы заплатить за продукт клиенты)

4.4 Проанализируйте цены конкурентов на аналогичные продукты.

4.5 Определите на основании этих данный возможную итоговую цену продукта. Результаты анализа занесите в таблицу 2.

Таблица 2

Себестоимость	**Спрос**	**Цены конкурентов**
Возможная итоговая цена продукта		

4.6 Определите, есть ли скидки на продукт

5. Коммуникационная политика в отношении анализируемого продукта

5.1 Определите основные способы коммуникаций, используемые для продвижения продукта. Помните, что при продвижении могут использоваться не все способы коммуникаций. Результаты анализа занесите их в таблицу 3.

Таблица 3

PR	**Реклама**	**Стимулирование**	**Прямой маркетинг**

6. Сбытовая политика в отношении анализируемого продукта

6.1 Определите, как организованы продажи продукта. Помните, что в спорте в отношении бесплатных продуктов к процессу продаж следует относить и регистрацию клиентов. Результаты анализа занесите в таблицу 4.

Таблица 4

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения

Нажмите на мессенджер, чтобы написать

Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗

+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер

disynergy.ru

	Прямая продажа	
	Продажа через интернет	
	Продажа через посредников	
	Продажа в своих магазинах	
	Другие каналы продаж	

7. Результаты решения поставленной задачи изложите отдельным документом и представьте его руководителю практики.

**Объектами маркетинга являются спортивные события, услуги, товары и т.п. спортивной организации, по отношению к которому осуществляются маркетинговые действия, в частности – преобразование в продукт, разработка цены, продвижение и продажа.*

2.4.

Кейс-задача № 4.

1. Спортивное сооружение, как и любая другая спортивная организация, для эффективного развития в конкурентной среде должен использовать стратегию брендинга. Для ее реализации используется атрибутивный метод. Тщательно изучите рекомендованный материал, прежде чем приступить к анализу атрибутов.

2. Проведите анализ каждого из восьми атрибутов бренда спортивного сооружения, раскрыв их содержание. Дайте свою экспертную оценку содержанию каждого атрибута по 10-балльной шкале (1- самая низкая оценка, 10 – самая высокая оценка)

3. Результаты анализа занесите в таблицу 1.

Таблица 1

	Атрибуты	**Содержание атрибутов**	**Оценка** (1-10)
Ядро бренда			
1	Функциональная сущность бренда		
2	Ценности бренда		
Айдентика бренда			
3	Известное имя бренда		
4	История бренда		
5	Стандарты бренда		
Идентификаторы бренда			
6	Ассоциации бренда		
7	Монетизация бренда		
8	Капитализация бренда		

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения

Нажмите на мессенджер, чтобы написать

Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗

+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер disynergy.ru

2.5.	**Кейс-задача № 5.** Определите, к какому типу корпоративной культуры (клановая, адхократическая, бюрократическая, рыночная) относится культура спортивного сооружения, на базе которого вы проходите практику. Обоснуйте свой вывод. Какие основные ценности декларируются в данной спортивной клубе? Какие традиции сложились в коллективе под влиянием организационной культуры? Опишите элементы организационной культуры спортивного сооружения.
3.	Систематизация собранного нормативного и фактического материала.
4.	Оформление отчета о прохождении практики.
5.	Защита отчета по практике.

Обучающийся индивидуальное задание получил(а)

_____ _____

(Ф.И.О.) (Подпись)

«___» _____ 20__г.[11]

[11] В соответствии с календарным учебным графиком указывается дата первого дня практики.

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения

Нажмите на мессенджер, чтобы написать

Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗

+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер disynergy.ru