

ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ІСПИТУ З ДИСЦИПЛІНИ «ОСНОВИ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ СФЕРИ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ І СПОРТУ»

1. Дайте визначення поняття «спортивний менеджмент». Мета і завдання спортивного менеджменту на сучасному етапі економічного і соціального розвитку України.
2. В чому полягає менеджмент у діяльності фахівця фізичної культури і спорту.
3. Дайте визначення поняття «організація». Розкрийте її елементи, функції, ієрархічну структуру.
4. У чому полягає управління змагальною діяльністю?
5. Охарактеризуйте сучасні принципи спортивного менеджменту.
6. Розкрийте систему функцій управління фізкультурно-спортивною організацією.
7. Розкрийте сутність системного підходу до організації.
8. Чим відрізняються одне від одного зовнішнє і внутрішнє середовище організації?
9. Перелічіть елементи середовища прямої дії.
10. Перерахуйте основні елементи, що створюють середовище непрямої дії.
11. Перелічіть ознаки, якими характеризується відкрита система.
12. Наведіть класифікаційні ознаки, за якими виділяють окремі види організацій.
13. Наведіть класифікацію організацій за формами підприємництва і розкрийте сутність наведених категорій.
14. Визначте сутність функцій планування та їх класифікацію в спортивних організаціях.
15. Назвіть етапи планування діяльності спортивної організації.
16. Перелічіть види планів і дайте їх характеристику.
17. Наведіть структуру річного плану розвитку спортивної організації.
18. Як здійснюється стратегічне планування спортивної організації?
19. Розкрити зміст тактичного планування фізкультурно-спортивної організації.
20. Розкрити зміст оперативного планування фізкультурно-спортивної організації.
21. Розкрити зміст бізнес-плану фізкультурно-спортивної організації.
22. Розкрийте сутність мотивації як функції управління.
23. У чому полягають відмінності між змістовними та процесуальними теоріями мотивації?
24. Розкрити сутність і види контролю.
25. Що являє собою контролінг і його відмінність від контролю?
26. Дайте визначення концепції маркетингу.
27. Основні види маркетингу.

28. Узагальнені функції маркетингу.
29. Чим відрізняється концепція маркетингу та соціально-етичного маркетингу від інших підходів до організації маркетингової діяльності?
30. Дайте визначення маркетингова інформаційна система.
31. Опитування як метод маркетингових досліджень.
32. Які завдання маркетингових досліджень?
33. Дати визначення «спортивний ринок».
34. Важливі елементи маркетингу спортивного ринку.
35. Які фактори макросередовища впливають на спортивний ринок?
36. Які фактори мікросередовища впливають на спортивний ринок?
37. Етапи сегментування спортивного ринку.
38. Фактори, що впливають на поведінку споживачів.

39. Дайте визначення маркетингової товарної політики та охарактеризуйте її структуру.
40. Охарактеризуйте основні атрибути товару.
41. Дайте визначення та поясніть маркетингову концепцію конкурентоспроможності товару.
42. Поясніть логіку алгоритму розробки нової продукції.
43. Поясніть сутність поняття «новий товар».
44. Дайте визначення марки товару. Назвіть типи марок та поясніть актуальність цього питання в сучасній маркетинговій діяльності.
45. Охарактеризуйте роль упаковки товару в сучасній маркетинговій діяльності.
46. Дайте визначення життєвого циклу продукції та охарактеризуйте його основні етапи.
47. Охарактеризуйте особливості маркетингу на різних етапах життєвого циклу продукції.
48. Поясніть сутність та охарактеризуйте основні характеристики товарного асортименту.
49. Поясніть сутність та охарактеризуйте методи елімінування продукції.
50. У чому полягає роль цінової політики як одного з головних елементів маркетингу?
51. На якому з типів ринку роль маркетингової цінової політики підприємства є найбільшою?
52. Поясніть логіку та назвіть етапи маркетингового алгоритму розрахунку цін.
53. Охарактеризуйте чинники, які впливають на цінову еластичність попиту.
54. Охарактеризуйте конкурентне маркетингове ціноутворення.
55. Розкрийте суть та охарактеризуйте види маркетингового непрямого ціноутворення.
56. Назвіть види знижок на ціни.
57. Дайте визначення маркетингової політики розподілу.

58. Дайте визначення маркетингових каналів розподілу. Охарактеризуйте їх основні функції.
59. Назвіть основні характеристики каналів розподілу.
60. Охарактеризуйте основні типи посередницької торговельної діяльності.
61. Перелічіть основні функції торговельних посередників.
62. Охарактеризуйте групи торговельних посередників за ознакою місця, яке вони займають у маркетинговому каналі розподілу товарів.
63. Наведіть основні типи маркетингових систем розподілу товарів. В чому їх відмінності?
64. Розкрийте сутність заходів з управління каналами розподілу.
65. У чому полягає оцінювання каналів розподілу?
66. Дайте визначення маркетингової політики комунікацій.
67. Назвіть основні етапи алгоритму формування комплексу маркетингових комунікацій.
68. Охарактеризуйте основні інструменти (засоби впливу) маркетингової політики комунікацій.
69. Перелічіть канали поширення маркетингової політики комунікацій.
70. Наведіть базові фактори, які впливають на сприйняття маркетингових комунікацій споживачем.
71. Розкрийте сутність поняття реклами і охарактеризуйте види реклами за її цілями.
72. Як можна оцінити ефективність реклами?
73. Що являє собою пропаганда і наведіть її основні форми.
74. Що ми розуміємо під об'єктами PR-акцій?
75. Охарактеризуйте особливості стимулювання збуту як компонента комплексу маркетингових комунікацій.
76. Перерахуйте проблеми з якими може зіткнутися спортивна організація, яка не займається маркетингом.
77. Охарактеризуйте процес планування персонального продажу.
78. В яких формах виступає персональний продаж і хто його суб'єкти?
79. Дайте визначення прямого маркетингу і наведіть його основні інструменти.
80. Дайте характеристику інструментів стимулювання збуту.