

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ О.Ю.Остальцева

**ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ НАУЧНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ
ИССЛЕДОВАНИЙ МАГИСТЕРСКИХ ДИССЕРТАЦИИ**

по специальности 7-06-0412-01

«Менеджмент» профилизация «Менеджмент в спорте»

1. Экономическая эффективность деятельности организаций физической культуры и спорта в условиях цифровой трансформации.
2. Формирование моделей устойчивого финансирования организаций физической культуры и спорта.
3. Оценка инвестиционной привлекательности организаций физической культуры и спорта.
4. Методические подходы к оценке стоимости клубов по виду (видам) спорта.
5. Факторы капитализации клубов по виду (видам) спорта.
6. Управление финансовой устойчивостью организаций физической культуры и спорта.
7. Диверсификация источников доходов организаций физической культуры и спорта.
8. Совершенствование механизмов ценообразования на услуги в сфере физической культуры и спорта.
9. Динамическое ценообразование в системе коммерциализации спортивных соревнований.
10. Оценка экономической эффективности использования физкультурно-спортивных сооружений.
11. Формирование моделей круглогодичного использования и коммерциализации физкультурно-спортивных сооружений.
12. Государственно-частное партнёрство в развитии физкультурно-спортивных сооружений.
13. Экономические модели развития спортивно-развлекательных кластеров.
14. Оценка социально-экономической эффективности спортивных соревнований.
15. Управление социально-экономическим наследием крупных спортивных соревнований.
16. Совершенствование механизмов коммерциализации спортивных соревнований.
17. Экономические модели деятельности федераций (союзов, ассоциаций) по виду (видам) спорта.

18. Совершенствование стратегического управления клубами по виду (видам) спорта.
19. Антикризисное управление организациями физической культуры и спорта.
20. Формирование и развитие человеческого капитала организаций физической культуры и спорта.
21. Управление подготовкой спортивного резерва как элементом стратегического развития спорта.
22. Экономическая эффективность подготовки спортивного резерва и спортсменов высокого класса.
23. Управление человеческим капиталом в сфере спорта высших достижений.
24. Модели профессиональной адаптации спортсменов после завершения деятельности в сфере профессионального спорта.
25. Цифровая трансформация маркетинговой деятельности организаций физической культуры и спорта.
26. Управление лояльностью болельщиков и потребителей услуг в сфере физической культуры и спорта.
27. Управление потребительским опытом в деятельности организаций физической культуры и спорта.
28. Персонализация маркетинговых коммуникаций организаций физической культуры и спорта.
29. Сегментация болельщиков на основе цифровых данных.
30. Данные о болельщиках как стратегический ресурс организаций физической культуры и спорта.
31. Экономическая ценность first-party data в маркетинговой деятельности организаций физической культуры и спорта.
32. Оценка жизненной ценности болельщика в системе спортивного маркетинга.
33. Управление вовлечённостью болельщиков в деятельности клубов по виду (видам) спорта.
34. Контент-маркетинг как инструмент коммерциализации деятельности организаций физической культуры и спорта.
35. Влияние инфлюенсер-маркетинга на поведение болельщиков и потребителей спортивных услуг.
36. Профессиональный спортсмен как субъект экономики создателей цифрового контента.
37. Формирование медиакапитала профессионального спортсмена.
38. Монетизация личного бренда профессионального спортсмена в цифровой среде.
39. Управление капиталом бренда клуба по виду (видам) спорта.
40. Формирование и развитие бренда спортивного соревнования.
41. Оценка экономической и маркетинговой эффективности спонсорской деятельности в сфере физической культуры и спорта.

42. Оценка эффективности рекламных и бренд-интеграций при проведении спортивных соревнований.

43. Маркетинговые механизмы привлечения молодёжи к систематическим занятиям физической культурой и спортом.

44. Экономические модели развития женского профессионального спорта.

45. Механизмы коммерциализации спортивных соревнований в женском спорте.

46. Оценка инвестиционной привлекательности проектов в сфере женского спорта.

47. Бизнес-модели организаций, осуществляющих деятельность в сфере киберспорта.

48. Экономические модели организации и проведения киберспортивных соревнований.

49. Формирование моделей монетизации киберспортивных соревнований.

50. Управление коммерческими правами при организации киберспортивных соревнований.

51. Оценка экономической эффективности киберспортивных соревнований.

52. Оценка инвестиционной привлекательности проектов в сфере киберспорта.

53. Формирование моделей устойчивого развития организаций в сфере киберспорта.

54. Оценка маркетинговой ценности аудитории киберспортивных соревнований.

55. Спонсорство как инструмент коммерциализации киберспортивных соревнований.

56. Формирование капитала бренда киберспортивной команды.

57. Экономические модели функционирования стриминговых платформ в сфере киберспорта.

58. Влияние цифровых медиаплатформ на развитие киберспортивных экосистем.

59. Студенческий киберспорт как направление развития студенческого спорта.

60. Формирование моделей развития региональных киберспортивных соревнований.

61. Развитие инфраструктуры для организации и проведения киберспортивных соревнований.

62. Конвергенция киберспорта, средств массовой информации и индустрии развлечений.

63. Оценка экономического потенциала развития фиджитал-форматов в сфере физической культуры и спорта.

64. Формирование бизнес-моделей организаций, развивающих фиджитал-форматы спорта.

65. Механизмы коммерциализации спортивных соревнований с применением фиджитал-технологий.

66. Спонсорские модели спортивных соревнований с применением фиджитал-технологий.

67. Интеграция традиционных и цифровых соревновательных форматов в системе физической культуры и спорта.

68. Формирование инфраструктуры для развития фиджитал-форматов спорта.

69. Управление интеллектуальной собственностью организаций физической культуры и спорта.

70. Коммерциализация объектов интеллектуальной собственности в сфере профессионального спорта.

71. Медиаправа как объект коммерциализации спортивных соревнований.

72. Управление правами на цифровой контент организаций физической культуры и спорта.

73. Нематериальные активы в формировании стоимости клубов по виду (видам) спорта.

74. Лицензирование спортивных брендов как инструмент коммерциализации деятельности организаций физической культуры и спорта.

75. Управление интеллектуальной собственностью при организации киберспортивных соревнований.

76. Лицензирование объектов интеллектуальной собственности при организации киберспортивных соревнований.

77. Управление инновациями в деятельности организаций физической культуры и спорта.

78. Коммерциализация технологических разработок SportsTech в сфере физической культуры и спорта.

79. Управление трансфером технологий в сфере физической культуры и спорта.

80. Оценка экономической эффективности внедрения инновационных технологий в деятельность организаций физической культуры и спорта.

81. Информационные системы в управлении организациями физической культуры и спорта.

82. Большие данные в стратегическом управлении организациями физической культуры и спорта.

83. Применение предиктивной аналитики в управлении организациями физической культуры и спорта.

84. Искусственный интеллект в управлении организациями физической культуры и спорта.

85. Применение генеративного искусственного интеллекта в маркетинговой деятельности организаций физической культуры и спорта.

86. Оценка цифровой зрелости организаций физической культуры и спорта.

87. Кибербезопасность как фактор устойчивости организаций физической культуры и спорта.

88. Спортивные и спортивно-массовые мероприятия как инструмент социально-экономического развития территорий.

Рассмотрены на заседании кафедры протокол № 11 от 18.06.2026.