

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
О.Ю.Остальцева

ПРОГРАММНЫЕ ЗАЧЕТНО-ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЕ ТРЕБОВАНИЯ
к экзамену по учебной дисциплине «Современные управлеченческие технологии в спорте»
для магистрантов 2 курса заочной формы получения образования
по направлению специальности 7-06-0412-01 «Менеджмент»,
профилизации «Менеджмент в спорте»
на 2025/2026 учебный год

1. Общие представления об управлении. Глобальность управления. Понятие «управленческая технология».
2. Методология управления: цели, задачи, законы, принципы, функции, средства, методы.
3. Определение понятий и взаимосвязи менеджмента, маркетинга и самоменеджмента как современных управлеченческих технологий.
4. Системный анализ процесса управления: планирование, организация, мотивация, контроль, коммуникации, принятие управлеченческого решения.
5. Управление маркетингом в организациях различных форм собственности.
6. Самоменеджмент руководителя организации как комплекс мероприятий по управлению собственными ресурсами.
7. Профессиональный спорт. Особенности развития социально-экономических отношений в сфере профессионального спорта.
8. Спорт как межотраслевой сектор экономики.
9. Спорт как бизнес и сфера предпринимательской деятельности.
10. Индустрия спорта. Инфраструктура современной спортивной индустрии.
11. Отраслевые признаки индустрии спорта. Особенности развития индустрии спорта.
12. Деловая среда спортивного менеджмента. Принципы спортивного менеджмента.
13. Методы спортивного менеджмента.
14. Система международного спортивного менеджмента.
15. Международные требования к квалификации спортивного менеджмента.
16. Модели управления спортом на международном, национальном и региональном уровнях.
17. Инструменты государственного управления в спорте.
18. Отраслевая структура спорта.
19. Международные спортивные ассоциации и федерации по видам спорта.
20. Национальные спортивные федерации: специфика управления.
21. Профессиональные спортивные лиги. Система управления профессиональным спортивным клубом.
22. Управление организацией спортивных соревнований.

23. Менеджмент массовых спортивных мероприятий.
24. Логистика в спорте при проведении глобальных спортивных мероприятий.
25. Управление внешними коммуникациями в организациях физической культуры и спорта.
26. Фирменный стиль организаций физической культуры и спорта. Элементы фирменного стиля.
27. Становление спортивного маркетинга как управлеченческой технологии.
28. Цели, объекты, субъекты маркетинга в спорте. Маркетинг-микс (4Р) в спорте.
29. Принципы и процессы маркетинга в отношении спортивных продуктов.
30. Маркетинг спорта. Маркетинг через спорт. Массовый маркетинг.
31. Методология описания макро-сегментации: функции, технологии, потребители. Варианты макро-сегментации.
32. Дифференциация и микро-сегментация. Виды микро-сегментации.
33. Технология формирования маркетинговой программы организации физической культуры и спорта.
34. PEST-анализ. SWOT-анализ. Элементы SWOT-анализа.
35. Матрица BCG. Понятие бенчмаркинга.
36. Предметная область и принципы самоменеджмента в сфере физической культуры и спорта.
37. Техника и методики самоменеджмента.
38. Формирование стиля управления руководителя. «Одномерные» и «многомерные» стили управления.
39. Оценка эффективности работы менеджера.

Рассмотрены на заседании кафедры протокол № 11 от 18.06.2025 г.