

# **Методичне забезпечення з курсу Маркетинг спортивних подій**

## **Теми та зміст семінарських занять**

### **Тема 1. Суть та завдання маркетингу спортивних подій(МСП)**

1. Значення та особливості СП.
2. Просування брендів організацій через СП.
3. Подієвий маркетинг як інструмент просування цілей СП.
4. Маркетинг подій професійного та масового спорту.

### **Тема 2. Види послуг та їх характеристика**

1. Спортивні послуги та їх значення для задоволення потреб споживачів.
2. Види послуг учасникам СП (спортсменам та споживачам (глядачам)).
3. Характеристика СП послуг та їх значення для учасників:
  - спортивно- змагальні;
  - спортивно-видовищні;
  - спортивно-оздоровчі;
  - рекреаційно-оздоровчі;
  - розважально-відпочинкові послуги.
4. Завдання фахівців з маркетингу зв'язати воедино складові: глядачів, комерційні фірми-спонсори, змагання та спортсменів, а також ЗМІ.

### **Тема 3. Стратегії маркетингу спортивних подій**

1. Стратегія як план-стратегічний процес.
2. Етапи розробки стратегії на основі ситуаційного аналізу, визначення цілей маркетингу подій, визначення стратегії маркетингу СП.
3. Стратегія розвитку спорту та програма випередження конкурентів.
4. Розробка маркетингу-мікс. Бізнес-план.

### **Тема 4. Формування фінансового забезпечення СП**

1. Значення фінансового забезпечення для організації СП.
2. Формування кошторису витрат на СП. Баланс витрат та надходжень.
3. Джерела надходження фінансових ресурсів для організації СП.
4. Спонсорська діяльність організаторів СП.
5. Контроль та аналіз використання фінансових ресурсів.

### **Тема 5. Цінова політика організаторів СП**

1. Основні підходи до ціноутворення на послуги СП.
2. Стратегії цінової політики.
3. Пільгове (дискримінаційне) ціноутворення.
4. Організація реалізації платних послуг.

## **Тема 6. Комунікаційна діяльність організаторів СП**

1. Значення та основні напрямки маркетингових комунікацій СП.
2. Рекламна компанія.
3. Прямий маркетинг.
4. Зв'язки з громадськістю.
5. Стимулювання продажу спортивних послуг, товарів.

## **Тема 7. Аналіз результатів здійснення СП**

1. Значення етапу аналізу результатів СП. (Економічний та організаційний аспекти).
2. Аналіз діяльності підрозділів організаторів СП.
3. Оцінка основних досягнень проведення СП.
4. Підсумковий спортивний та економічний висновок щодо досягнення мети СП.