

Практичні завдання

Завдання 1. Створіть таблицю, порівнявши різні стратегії залучення фанатів у спорті (соціальні мережі, акції, матчі з відкритим доступом тощо). Окресліть переваги й недоліки кожної стратегії.

Стратегії залучення та утримання фанатів

<i>Стратегія</i>	<i>Переваги</i>	<i>Недоліки</i>

Завдання 2. Створіть таблицю, порівнявши етапи організації спортивних подій (планування, маркетинг, реалізація, пост-івент). Укажіть відповідальних осіб, ресурси, що необхідні для кожного етапу.

Організація великих спортивних подій

<i>Етап</i>	<i>Опис</i>	<i>Відповідальна особа</i>	<i>Ресурси</i>
Планування	Визначення цілей та бюджету	Організатор події	Аналіз ринку, фінансові кошти

Завдання 3. Розробіть схему, що показує, як відбувається процес просування спортивної події від початкового анонсу до звітності після її завершення (інформаційні канали, рекламні кампанії, партнерства).

Завдання 4. Заповніть таблицю, порівнявши маркетингові стратегії для національних і міжнародних чемпіонатів (наприклад, реклама, залучення спонсорів, медіапартнерства).

Порівняння маркетингових стратегій для національних і міжнародних спортивних подій

<i>Стратегія</i>	<i>Національні події</i>	<i>Міжнародні події</i>
Реклама	Локальні рекламні кампанії	Глобальна реклама через міжнародні медіа

<i>Стратегія</i>	<i>Національні події</i>	<i>Міжнародні події</i>

Завдання 5. Створіть таблицю, охарактеризувавши в ній основні стратегії створення іміджу спортивного бренду (наприклад, через спортсменів, соціальну відповідальність, якість продукції).

Стратегії створення іміджу спортивного бренду

<i>Стратегія</i>	<i>Опис</i>	<i>Приклад</i>
Спонсорство спортсменів	Підтримка відомих спортсменів для поліпшення іміджу	Nike і Майкл Джордан