

## **КОНСПЕКТ за изпит по „Мениджмънт на спорта” за студенти от IV курс, редовно обучение, факултет „Спорт“, групи 1–15**

1. Мениджмънт на физическото възпитание и спорта в България като социална система – структура, фактори, особености, регулативна уредба, ресурсно осигуряване.
2. Спортни организации – видове, характеристика, структурно и правно-нормативно устройство, съвременни подходи и специфики на техния мениджмънт.
3. Спортни клубове като сдружения с нестопанска цел – същност, права, структура, външна и вътрешна среда, технология на създаване.
4. Управлението като информационен процес. Видове управленски функции и мястото им в управленския цикъл.
5. Методи за прогнозиране „Делфи” и „Мозъчна атака” – същност и технология на приложение.
6. Вземане на управленско решение в спорта – същност, видове, принципи и технология на реализация.
7. Стратегическо и оперативно планиране в областта на спорта – същност, видове планове, етапи на планирането, технология и практическо приложение методите за планиране „Дърво на целите” и SWOT анализ.
8. Мениджмънт на спортни събития – съвременни характеристики, основни субекти, организационна структура, етапи и технология на планиране и провеждане на състезания.
9. Мениджмънт на спортни събития – същност, елементи и структура на спортен календар и наредба за състезание.
10. Маркетинг на спорта – същност и принципи на съвременния маркетинг като процес; елементи и особености на маркетинговия микс.
11. Маркетинг на спорта – видове, характеристика и класификация на спортните продукти. Жизнен цикъл на продукта.
12. Маркетингово проучване в областта на спортните услуги – същност, сфери на маркетингови проучвания, етапи на планиране и провеждане, основни методи.
13. Икономика на спорта – същност, дефиниция на търсене и предлагане, закон за търсенето и предлагането, източници за финансиране на спорта.
14. Спонсорство на спорта – същност, основни етапи и технология на управление на спонсорските отношения, причини за неудовлетворение от спонсорството.
15. Спонсорство на спорта – основни мотиви за спонсориране от страна на фирмите, критерии за подбор на потенциални спонсори.