

**Секция «7. Развитие управленческого потенциала в инновационной экономике»**

**Маркетинг в сфере спорта "Исследование потенциала развития бренда "Спартак".**

*Сахнова Майя Петровна*

*Студент*

*Финансовый университет при Правительстве РФ, Факультет менеджмента и маркетинга, Москва, Россия*

*E-mail: maya-s2007@yandex.ru*

*Научный руководитель*

*к. э. н., преподаватель Азарова Светлана Петровна*

Работа «Исследование потенциала развития бренда «Спартак» » описывает Торговый Дом «Спартак» Его структуру. Текущую ситуацию на рынке спортивных товаров под брендом «Спартак». Открывает перед нами понятия лояльности армии болельщиков ХК и ФК «Спартак». Раскрывает ценность производящейся атрибутики «Спартак». Говорит о ценовой политике. Раскрывает поставщиков торгового дома «Спартак». Описывает проводимые мероприятия ТД «Спартак». Отвечает на поставленные вопросы в сфере маркетинга в спорте. В научной работе идет полный анализ работы предприятия. Рассказывается о краткосрочной и долгосрочной перспективе Торгового Дома.

Вся информация, которая связана с ТД и ХК «Спартак» и представлена в данной научной работе получена путем личного общения с коммерческим директором Торгового Дома и Хоккейного Клуба «Спартак» Сидоренко Д.А что на данный момент времени уникально и захватывающе.

**Литература**

1. Бич Д., Чедвик С. "Маркетинг спорта" 2010
2. Керпен Д. "Маркетинг эпохи "Like"2011
3. Макашев О.Г. "Бренд-менеджмент. Учебное пособие" 2010
4. Портер М. "Ключевые идеи" 2012
5. Сидоренко Д.А коммерческий директор ТД «Спартак»