

**AKADEMIA WYCHOWANIA FIZYCZNEGO  
IM. EUGENIUSZA PIASECKIEGO W POZNANIU**

**Filia w Gorzowie Wielkopolskim  
Zamiejscowy Wydział Kultury Fizycznej**

**Kierunek: Wychowanie fizyczne**

**KARTA PRZEDMIOTU**

Nazwa przedmiotu: **ZARZĄDZANIE FINANSAMI I SPONSORING W SPORCIE**

Kod przedmiotu: **ZWKF\_WF\_2\_o\_H.4\_s**

Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot/moduł: —

Osoba odpowiedzialna za kartę – koordynator przedmiotu:

**dr Tymon Ostrouch**

Osoby prowadzące przedmiot:

1. dr Tymon Ostrouch

Data opracowania: **30.09.2021 r.**

## 1. Podstawowe informacje

Forma studiów	studia stacjonarne			
Stopień studiów	studia drugiego stopnia			
Profil	ogólnoakademicki			
Specjalność	nauczycielska z menedżerem sportu			
Rok studiów / semestr	rok 2, semestr 3			
Status przedmiotu	obowiązkowy w ramach specjalności			
Język przedmiotu	polski			
Forma zajęć	wykład	ćwiczenia	seminaria	inne
Wymiar zajęć	10	20		
Liczba punktów ECTS	2			

## 2. Cele przedmiotu

C1	Zdobycie wiedzy niezbędnej do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy w zakresie działań marketingowych skupionych na czynnościach sponsoringu z obszaru mi.in kultury fizycznej.
C2	Poznanie pojęć z zakresu zarządzanie finansami i sponsoringu.

## 3. Wymagania wstępne w zakresie wiedzy, umiejętności i innych kompetencji:

– brak.

## 4. Efekty uczenia się w zakresie wiedzy, umiejętności oraz kompetencji społecznych:

Symbol	Efekty uczenia się dla przedmiotu Po zrealizowaniu przedmiotu student:	Odniesienie do efektów uczenia się dla programu studiów	Odniesienie do charakterystyk II stopnia Polskiej Ramy Kwalifikacji (poziom 7)
EK1	zna i rozumie elementy towarzyszące technikom zarządzania i sponsoringu	A1_W21 A1_W22	P7S_WK
EK2	potrafi zademonstrować przydatne techniki tworzenia strategii sponsoringowej	A1_U1 A1_U22	P7S_UK P7S_UU
EK3	analizuje skuteczność działań wynikających z decyzji sponsoringowych	A1_U8 A1_K1	P7S_UW P7S_KK

## 5. Treści programowe

WYKŁADY		
Lp.	Tematyka zajęć Opis szczegółowych bloków tematycznych	Liczba godzin
W1	Wprowadzenie do Sponsoringu.	1
W2	Sponsoring i jego charakterystyka.	1
W3	Rodzaje sponsoringu.	1
W4	Prospekt sponsoringowy – elementy.	2

W5	Akcjonariusze w sponsoringu.	2
W6	Sponsoring jako podstawowe narzędzie marketingu sportowego.	2
W7	Podsumowanie.	1
	<b>Razem</b>	<b>10</b>
<b>ĆWICZENIA</b>		
<b>Lp.</b>	<b>Tematyka zajęć Opis szczegółowych bloków tematycznych</b>	<b>Liczba godzin</b>
ĆW1	Wprowadzenie.	1
ĆW2	Problemy i szanse wynikające ze sponsoringu.	2
ĆW3	Sponsoring – perspektywa sponsora.	2
ĆW4	Sponsoring i mecenat – analiza przypadku.	2
ĆW5	Storytelling vs. Story perorming.	2
ĆW6	Influencerzy i celebryci.	1
ĆW7	Trendy w sponsoringu.	2
ĆW8	Jak tworzyć ofertę sponsoringu, która zostanie wysłuchana.	6
ĆW9	Podsumowanie projektu.	2
	<b>Razem</b>	<b>20</b>

## 6. Metody dydaktyczne

M1	Wykład informacyjny z prezentacją multimedialną.
M2	Wykład problemowy.
M3	Pogadanka.
M4	Ćwiczenia praktyczne.
M5	Metody aktywizujące ze szczególnym uwzględnieniem metody projektu i nauczania problemowego – ćwiczenia zespołowe, grupowe, w parach, indywidualne.

## 7. Obciążenie pracą studenta

Forma aktywności	Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności
<b>Godziny kontaktowe z nauczycielem akademickim, w tym:</b>	
Godziny wynikające z planu studiów	30
<b>Godziny bez udziału nauczyciela wynikające z nakładu pracy studenta, w tym:</b>	
Przygotowanie się do zajęć	5
Przygotowanie eseju projektu	15
<b>Sumaryczna liczba godzin dla przedmiotu wynikająca z całego nakładu pracy studenta</b>	<b>50</b>

Sumaryczna liczba punktów ECTS dla przedmiotu	2
---	---

## 8. Metody oceny

### a. Ocena formująca

F1	Aktywność podczas wykładów.
F2	Przygotowanie do zadań.
F3	Merytoryczne przedstawienie wyników swojej pracy w zgodzie z tematem zajęć.
F4	Przedstawienie wyników prac grupowych i indywidualnych na ćwiczeniach.

### b. Ocena podsumowująca

P1	Esej/projekt.
----	---------------

### c. Warunki zaliczenia przedmiotu

- Obecność na zajęciach zgodnie z regulaminem studiów;
- Przygotowanie eseju.

## 9. Kryteria oceny

<b>Efekt uczenia się EK1</b>	
na ocenę 2	Student nie potrafi wyjaśnić czym jest zarządzanie i sponsoring
na ocenę 3	Student potrafi uzasadnić przydatność zarządzania i sponsoringu
na ocenę 4	Student potrafi uzasadnić przydatność dobrze przygotowanej strategii sponsoringowej
na ocenę 5	Student jest świadomy zagrożeń wynikających ze źle przygotowanej strategii sponsoringowej. Potrafi przeanalizować w oparciu o przykłady wady i zalety odpowiednio dobranego stylu zarządzania.
<b>Efekt uczenia się EK2</b>	
na ocenę 2	Student nie potrafi zidentyfikować żadnych cech strategii sponsoringowej
na ocenę 3	Potrafi wymienić i omówić trzy podstawowe błędy stosowane podczas tworzenia strategii sponsoringowej.
na ocenę 4	Student prawidłowo charakteryzuje elementy ewolucji sponsoringu
na ocenę 5	Student potrafi scharakteryzować oraz określić wady i zalety nowoczesnych planów sponsoringowych w oparciu o przykładowe dane finansowe
<b>Efekt uczenia się EK3</b>	
na ocenę 2	Student nie potrafi zdefiniować działań sponsoringowych. Nie zna ich przeznaczenia i nie potrafi umieścić dziedziny zarządzania finansami w strukturach procesowych.
na ocenę 3	Student potrafi scharakteryzować dziedzinę zarządzania finansami i sponsoringu
na ocenę 4	Student potrafi umiejscowić rolę sponsoringu w świecie sportu zawodowego.
na ocenę 5	Student potrafi podać i przeanalizować w oparciu o dane finansowe skutecznie przeprowadzone operacje sponsoringowe.

## 10. Macierz realizacji przedmiotu

Efekty uczenia się	Odniesienie do efektów uczenia się dla programu studiów	Cele przedmiotu	Treści programowe	Metody dydaktyczne	Sposoby oceny
EK1	A1_W21, A1_W22	C1	W1–W7	M1–M3	P1, F1
EK2	A1_U1, A1_U22	C2	ĆW1–ĆW9	M3–M5	F2–F4
EK3	A1_U8, A1_K1	C1, C2	ĆW1–ĆW9	M1–M5	P1, F1–F4

## 11. Wykaz piśmiennictwa

### a. Piśmiennictwo podstawowe

1.	Krajowa Izba Sportu, <i>Sponsoring – podstawowy instrument marketingu sportowego</i> , Deloitte Polska, Gdańsk 2012.
----	--

### b. Piśmiennictwo uzupełniające

1.	Kotler P., <i>Marketing</i> , Rebis, Warszawa 1999.
2.	Froebb L.M. i McCann B.T., <i>Ekonomia menedżerska</i> , PWE, Warszawa 2011.

## 12. Zatwierdzenie karty przedmiotu do realizacji

.....  
(miejsowość, data)

(kierownik zakładu)

(dziekan wydziału)

Przyjmuję do realizacji (data i podpisy osób prowadzących przedmiot)