

**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: **30.09.2020 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
	Razem	10
ĆWICZENIA		
Lp.	Tematyka zajęć Opis szczegółowych bloków tematycznych	Liczba godzin
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
	Razem	20

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
Godziny kontaktowe z nauczycielem akademickim, w tym:	
Godziny wynikające z planu studiów	30
Godziny bez udziału nauczyciela wynikające z nakładu pracy studenta, w tym:	
Przygotowanie się do zajęć	5
Przygotowanie eseju projektu	15
Sumaryczna liczba godzin dla przedmiotu wynikająca z całego nakładu pracy studenta	50

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

Efekt uczenia się EK1	
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.
Efekt uczenia się EK2	
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
Efekt uczenia się EK3	
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)