

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

Wydział Nauk o Kulturze Fizycznej

Kierunek: SPORT

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Zarządzanie i Marketing w Sporcie

Kod przedmiotu WNoKF_SP_1_O_50_s _

Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot/moduł: Zakład Ekonomiki Turystyki i Informatyki

*Akademia Wychowania Fizycznego
im. Eugeniusza Piaseckiego w Poznaniu*

Osoba odpowiedzialna za kartę – koordynator przedmiotu

dr Jowita Górka

Osoba prowadząca przedmiot

1. dr Jowita Górka

Data opracowania: 1.09.2024

1. Podstawowe informacje

Forma studiów	STUDIA STACJONARNE			
Stopień studiów	STUDIA PIERWSZEGO STOPNIA			
Profil	PRAKTYCZNY			
Specjalność	wszystkie			
Rok studiów/semestr	rok 3 / semestr 5			
Status przedmiotu	obowiązkowy			
Język przedmiotu	polski			
Forma zajęć	wykład	ćwiczenia	seminaria	inne
Wymiar zajęć	15	15	-	-
Liczba punktów ECTS	3			

2. Cele przedmiotu

C01	Nabycie wiedzy z zakresu zarządzania organizacjami oraz marketingu
C02	Nabycie umiejętności posługiwania się terminologią z zakresu zarządzania i marketingu oraz korzystania ze źródeł informacji
C03	Nabycie umiejętności zastosowania podstawowych narzędzi z dziedziny zarządzania i marketingu

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

- podstawowa wiedza z zakresu zarządzania przedsiębiorstwami sportowymi
- umiejętność korzystania ze źródeł informacji oraz komunikowania się

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 kierunku studiów	Odniesienie do charakterystyk pierwszego stopnia uczenia się PRK
EK1	ogólne zasady tworzenia i rozwoju form indywidualnej przedsiębiorczości, w tym w dziedzinie sportu	K_W16	P6S_WK
EK2	komunikować się z otoczeniem i zaprezentować ustnie wyniki własnych przemyśleń i działań, zajmować stanowiska i opinie.	K_U10	P6S_UK
EK3	współdziałania i pracy w grupie sportowej, przyjmując w niej rolę lidera. Współorganizuje działania na rzecz środowiska społecznego.	K_K04	P6S_KO

5. Treści programowe

WYKŁADY		
Lp.	Tematyka zajęć Opis szczegółowych bloków tematycznych	Liczba godzin
W1	Istota zarządzania. Funkcje zarządzania.	2
W2	Podstawowe koncepcje i metody zarządzania	1
W3	Planowanie w organizacjach. Struktury organizacyjne.	1
W4	Style kierowania. Kultura organizacji.	1
W5	Pojęcie marketingu. Funkcje marketingu.	1
W6	System informacji marketingowej.	1
W7	Zachowania nabywców	1
W8	Marketing mix	1
W9	Planowanie marketingowe	1
W10	Badania marketingowe	1
W11	Charakterystyka rynku sportu	1
W12	Podmioty na rynku sportu	1
W13	Sponsoring sportu	1
W14	Zjawiska dezorganizujące i patologie w organizacjach	1
	Razem	15
ĆWICZENIA		
Lp.	Tematyka zajęć Opis szczegółowych bloków tematycznych	Liczba godzin
ĆW1	Powiązanie sportu z biznesem.	1
ĆW2	Własne przedsiębiorstwo. Firma krok po kroku	1
ĆW3	Motywowanie i ocenianie pracowników	1
ĆW4	Rozwiązywanie konfliktów	1
ĆW5	Rola marketingu we współczesnej firmie	1
ĆW6	Analiza otoczenia marketingowego	1
ĆW7	Segmentacja rynku	1
ĆW8	Koncepcja marketingu sportu i jego uwarunkowania	1
ĆW9	Marka organizacji sportowych i strategię marki	1
ĆW10	Dystrybucja i ceny produktów sportu	1
ĆW11	Promocja organizacji sportowych	1
ĆW12	Nowe media w marketingu organizacji sportowych	1
ĆW13	Promocja organizacji sportowych	1
ĆW14	Rozwój współczesnego sportu	1
ĆW15	Kolokwium zaliczeniowe	1
	Razem	15

6. Metody dydaktyczne

M1	wykład z elementami dyskusji
M2	prezentacja multimedialna
M3	praca w grupach

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
Konsultacje przedmiotowe	1

Egzaminy i zaliczenia w sesji	10
Godziny bez udziału nauczyciela wynikające z nakładu pracy studenta, w tym:	
Przygotowanie się do zajęć	15
Przygotowanie np. raportu, prezentacji, dyskusji	15
Przygotowanie do egzaminu	10
Sumaryczna liczba godzin dla przedmiotu wynikająca z całego nakładu pracy studenta	81
Sumaryczna liczba punktów ECTS dla przedmiotu	3

8. Metody oceny

a. Ocena formująca

F1	odpytanie
F2	kolokwium
F3	prezentacja projektu/zadanie

b. Ocena podsumowująca

P1	kolokwium końcowe lub zaliczenie przygotowanej prezentacji
P2	egzamin pisemny/ustny na czas Pandemii

c. Warunki zaliczenia przedmiotu

- ustalenie oceny zaliczeniowej z ćwiczeń na podstawie ocen cząstkowych, uzyskanych w wyniku odpytania i/lub przygotowania zadania (np. prezentacja, case study) lub kolokwium
- egzamin pisemny (test z pytaniami otwartymi)

9. Kryteria oceny

Efekt uczenia się EK1	
na ocenę 2	Student nie zna ogólnych zasad tworzenia i rozwoju form indywidualnej przedsiębiorczości, w tym w dziedzinie sportu
na ocenę 3	Student dostatecznie zna ogólne zasady tworzenia i rozwoju form indywidualnej przedsiębiorczości, w tym w dziedzinie sportu
na ocenę 4	Student poprawnie określa ogólne zasady tworzenia i rozwoju form indywidualnej przedsiębiorczości, w tym w dziedzinie sportu
na ocenę 5	Student doskonale zna ogólne zasady tworzenia i rozwoju form indywidualnej przedsiębiorczości, w tym w dziedzinie sportu
Efekt uczenia się EK2	
na ocenę 2	student nie potrafi komunikować się z otoczeniem i zaprezentować ustnie wyniki własnych przemyśleń i działań, zajmować stanowiska i opinie
na ocenę 3	student z trudem: komunikuje się z otoczeniem i przedstawia ustnie wyniki własnych przemyśleń i działań, zajmuje stanowiska i opinie
na ocenę 4	student poprawnie komunikuje się z otoczeniem i przedstawia ustnie wyniki własnych przemyśleń i działań, zajmuje stanowiska i opinie
na ocenę 5	Student doskonale komunikuje się z otoczeniem i przedstawia ustnie wyniki własnych przemyśleń i działań, zajmuje stanowiska i opinie
Efekt uczenia się EK3	
na ocenę 2	student nie potrafi współpracować z grupą
na ocenę 3	student pracuje w zespole, wykazując się jednak niską aktywnością
na ocenę 4	student potrafi aktywnie uczestniczyć w pracach zespołu
na ocenę 5	student doskonale pracuje w zespole, przyjmując w nim różne role, w tym lidera

10. Macierz realizacji przedmiotu

Efekty uczenia się dla przedmiotu	Odniesienie do efektów kierunkowych	Cele przedmiotu	Treści programowe	Metody dydaktyczne	Sposoby oceny
EK1	K_W16	C01	W1-W10, CW1-10	M1, M2, M3	F1, F2, P1, P2
EK2	K_U10	C02	W1-W10, CW1-10	M1, M2, M3	F1, F2, P1, P2
EK3	K_K04	C03	CW2, CW3, CW4, CW7, CW9	M2, M3	F1, F2, F3, P1, P2

11. Wykaz literatury

a. Literatura podstawowa

Lp.	
1	Griffin W.R., Podstawy zarządzania organizacjami, PWN, Warszawa 1996
2	Pilarczyk B., Mruk H.red., Kompendium wiedzy o marketingu, PWN, Warszawa 2007
3	Czubała A., Jonas A., Smoleń T., Wiktor J., Marketing usług, Wolters Kluwer, Polska 2012
4	Kuźbik P. Zarządzanie w sporcie, WUŁ, Łódź 2015
5	Sznajder A., Marketing sportu, PWE, Warszawa 2008

b. Literatura uzupełniająca

Lp.	
1	Moczydłowska J.M., Zarządzanie kompetencjami zawodowymi a motywowanie pracowników, Difin, Warszawa 2008
2	Kotler Ph., Marketing, Rebis, Poznań 2005
3	Sidor-Rządkowska M., Kompetencyjne systemy ocen pracowników, Wolters Kluwer Polska, 2006

*Akademia Wychowania Fizycznego
im. Eugeniusza Piaseckiego w Poznaniu*