

Nazwa przedmiotu/modułu:	Podstawy marketingu i zarządzania w kulturze fizycznej				
Nazwa angielska:	Fundamentals of marketing and management in physical culture				
Kierunek studiów:	Wychowanie Fizyczne				
Zakres:	Trener personalny/Animator czasu wolnego				
Tryb/Poziom studiów:	Stacjonarne/I-go stopnia – licencjackie				
Profil studiów	praktyczny				
Jednostka prowadząca:	Karkonoska Państwowa Szkoła Wyższa w Jeleniej Górze, Wydział Nauk Medycznych i Technicznych, Katedra Nauk o Kulturze Fizycznej i Zdrowiu				
Prowadzący przedmiot:	dr Tomasz Jonak				
Status przedmiotu:					
I. Formy zajęć, liczba godzin z planu nauczania					
Semestr	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Łącznie	ECTS
2		15	-	15	1
II. Cel przedmiotu					
C1 – Przyswojenie podstawowych wiadomości z zakresu zarządzania działalnością sportową					
C2 – Umiejętności formułowania celów marketingowych.					
III. Wymagania wstępne w zakresie wiedzy, umiejętności i innych kompetencji					
brak					
IV. Oczekiwane efekty kształcenia					
KW 1 –potrafi sprawnie posługiwać się podstawowym słownictwem dotyczącym zarządzania w sporcie.					
KW 2 – Ma wiedzę na temat funkcji i celów marketingu					
KU1. Potrafi efektywnie komunikować się w zakresie przedmiotu z wykorzystaniem specjalistycznej terminologii marketingu i zarządzania					
KK1. Docenia znaczenie aktywności fizycznej					
V. Treści programowe					
Forma zajęć: Ćwiczenia					Liczba godzin
Ćw.1	Wstęp do marketingu i zarządzania w kulturze fizycznej. Podstawowe pojęcia i definicje (WF, sport, rekreacja, czas wolny, system, organizacja, instytucja, rządy a zarządzanie).				2
Ćw. 2	Organizacja marketingu w dziedzinie kultury fizycznej. Funkcje i cele marketingu. Kształtowanie relacji z mediami, komunikacja z mediami i uczestnikami działań organizacyjnych, zarządczych i promocyjnych jako wspólny komponent marketingu i public relations.				2
Ćw. 3	Marketing i promocja wydarzeń sportowych. Impreza sportowa jako widowisko – złożoność organizacji imprez sportowych w aspekcie planowania, organizowania, kierowania i zarządzania.				2
Ćw. 4	Rola państwa w zarządzaniu kulturą fizyczną. Modele państwowego zarządzania kulturą fizyczną.				2

Ćw. 5	Zarządzanie i promocja obiektu sportowego. Aspekty funkcjonowania obiektów sportowych.	2
Ćw. 6	Planowanie i organizowanie działalności sportowej w systemie kultury fizycznej. Menedżeryzm i przywództwo. Sport a style zarządzania. Decydowanie jako działanie prowadzące do osiągnięcia celu, system motywacji, nadzór i kontrola.	2
Ćw. 7	Tendencje, zmiany w świadomości społeczności z otoczenia kultury fizycznej: nauczycieli, trenerów, pracowników instytucji oświatowych i sportowych, zawodników, działaczy i kibiców.	2
Ćw. 8	Kolokwium, zaliczenie przedmiotu	1
Suma godzin		15
VI. Narzędzia dydaktyczne		
1.	Prezentacje multimedialne, filmy	
2.	Przygotowane testy	
VII. Metody dydaktyczne		
1.	Wykład informacyjny	
2.	Dyskusja dydaktyczna	
3.	Objaśnienie	
4.	Film dydaktyczny	
VIII. Sposoby oceny (F – formująca, P – podsumowująca)		
F1	Test zamknięty jednokrotnego wyboru.	
P1	Test z pytaniami otwartymi i zamkniętymi jednokrotnego wyboru.	
IX. Obciążenie pracą studenta		
Forma aktywności		Łączna i średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności
Godziny kontaktowe z nauczycielem (w trakcie zajęć)		15
Przygotowanie do zajęć		10
Przygotowanie do testu podsumowującego zdobytą wiedzę z zakresu przedmiotu		6
SUMA GODZIN		31
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU		1
X. Literatura podstawowa i uzupełniająca		
<u>Literatura podstawowa:</u>		
1. Red. B. Ryba, <i>Organizacja imprez sportowych</i> , Polska Korporacja Menedżerów sportu III wydanie, Warszawa 2001.		
2. A. Izydorczyk, <i>Marketing w systemie kultury fizycznej</i> , Polska Korporacja Menedżerów sportu, Warszawa 2000.		
3. B. Ryba, <i>Podstawy organizacji i zarządzania instytucjami sportowymi</i> , Polska Korporacja Menedżerów sportu, Warszawa 2000.		
4. A. Wartecki, <i>Zarządzanie organizacjami sportowymi</i> , Wyd. AWF Poznań, Poznań 2008.		
5. Red. H. Mruk, <i>Marketing sportowy – teoria i praktyka</i> , Wyd. Impet Konsulting sp. z o.o, Poznań 2004.		
<u>Literatura uzupełniająca:</u>		
1. B. Ryba, <i>Podstawy prawne bezpieczeństwa imprez sportowych</i> , Polska Korporacja Menedżerów sportu II wydanie, Warszawa 2003.		
2. W. Zabłoci, W. Rogulski, M. Węclawski, <i>Zarządzanie obiektami sportowo-rekreacyjnymi</i> , Polska Korporacja Menedżerów sportu, Warszawa 2001.		
3. K. Przygoda, <i>Negocjacje i podejmowanie decyzji w sporcie</i> , Polska Korporacja Menedżerów sportu,		

Warszawa 2000.

4. B. Ryba, *Podstawy organizacji i zarządzania instytucjami sportowymi*, Polska Korporacja Menedżerów sportu, Warszawa 2000.

XI. Tablica powiązań efektów przedmiotowych i kierunkowych z celami przedmiotu w odniesieniu do metod ich weryfikacji

Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu (PEK)	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Metody dydaktyczne	Sposób oceny
K_W_39 K_U_34 K_K_25	C 1, C2	Ćwiczenie 1-7	1	1,2,3,4	F1
K_W_39 K_U_34 K_K_25	C 1, C 2	Ćwiczenie 8	2	3	P 1

XII. Zasady weryfikacji oczekiwanych efektów kształcenia

Zaliczenie na ocenę ćwiczeń na podstawie pisemnej odpowiedzi na test składający się z 10 pytań testowych ocenionych w skali 0 pkt. odpowiedź nieprawidłowa, 1 pkt. odpowiedź prawidłowa.

Skala ocen:

6- dostateczny

7- dostateczny plus

8- dobry

9- dobry plus

10- bardzo dobry

XIII. Dodatkowe informacje o przedmiocie

1. Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć – zgodnie z planem zajęć
2. Informacje na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/godzina) – zgodnie z planem zajęć umieszczonym na tablicy informacyjnej oraz na stronie internetowej WNMiT.
3. Informacja na temat konsultacji (godziny + miejsce)