*Załącznik nr 1.5 do Zarządzenia Rektora UR nr 12/2019*

**SYLABUS**

**dotyczy cyklu kształcenia** *2020-2021/2021-2022*

*(skrajne daty*)

Rok akademicki 2020/2021

1. Podstawowe informacje o przedmiocie

|  |  |
| --- | --- |
| Nazwa przedmiotu | Marketing i strategia zarządzania bazy sportowo-rekreacyjnej |
| Kod przedmiotu\* |  |
| nazwa jednostki prowadzącej kierunek | Kolegium Nauk Medycznych |
| Nazwa jednostki realizującej przedmiot | Instytut Nauk o Kulturze Fizycznej |
| Kierunek studiów | Wychowanie Fizyczne |
| Poziom studiów | II stopnia |
| Profil | Ogólnoakademicki |
| Forma studiów | Studia stacjonarne |
| Rok i semestr/y studiów | 1 rok, II semestr |
| Rodzaj przedmiotu | Modułowy - Instruktor sportu |
| Język wykładowy | Język Polski |
| Koordynator | dr Aneta Rejman |
| Imię i nazwisko osoby prowadzącej / osób prowadzących | dr Aneta Rejman |

\* *-opcjonalni*e, *zgodnie z ustaleniami w Jednostce*

1.1.Formy zajęć dydaktycznych, wymiar godzin i punktów ECTS

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Semestr  (nr) | Wykł. | Ćw. | Konw. | Lab. | Sem. | ZP | Prakt. | Inne (jakie?) | **Liczba pkt. ECTS** |
| 2 | 5 | 5 |  |  |  |  |  |  | 1 |

1.2. Sposób realizacji zajęć

x zajęcia w formie tradycyjnej

☐ zajęcia realizowane z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość

1.3 Forma zaliczenia przedmiotu (z toku) (egzamin, zaliczenie z oceną, zaliczenie bez oceny)

wykład-zaliczenie bez oceny  
ćwiczenia-zaliczenie z oceną

2.Wymagania wstępne

|  |
| --- |
| Student powinien posiadać wiedzę ogólną w zakresie zarządzania strukturami instytucji sportowych, a także wiedzę z zakresu marketingu |

3. cele, efekty uczenia się , treści Programowe i stosowane metody Dydaktyczne

3.1 Cele przedmiotu

|  |  |
| --- | --- |
| C1 | zapoznanie studentów z instytucjami i organizacją rynku sportowego |
| C2 | opanowanie przez studentów wiedzy i umiejętności z zakresu wykorzystania instrumentów marketingowych w działaniach organizacji sportowych, np. podczas organizacji imprez |
| C3 | uzyskanie przez studentów wiedzy z zakresu profesjonalnego zarządzania w obszarze sportu, w szczególności infrastruktury sportowej |
| C4 | opanowanie przez studentów umiejętności zaplanowania i realizacji imprez sportowych |

**3.2 Efekty uczenia się dla przedmiotu**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| EK (efekt uczenia się) | Treść efektu uczenia się zdefiniowanego dla przedmiotu | Odniesienie do efektów kierunkowych [[1]](#footnote-1) |
| EK\_01 | Na przedmiocie marketing i strategia zarządzania bazy sportowo-rekreacyjnej student pozna i zrozumie ekonomiczne, prawne i etyczne zasady opracowywania programów oraz prowadzenia imprez rekreacyjno-turystycznych dla dzieci i młodzieży szkolnej; | K\_W13 |
| EK\_02 | Na przedmiocie marketing i strategia zarządzania bazy sportowo-rekreacyjnej pozna i zrozumie aspekty prawne tworzenia szkolnych stowarzyszeń kultury fizycznej; | K\_W14 |
| EK\_03 | Na przedmiocie marketing i strategia zarządzania bazy sportowo-rekreacyjnej pozna i zrozumie w stopniu poszerzonym zasady przygotowania regulaminu korzystania z określonego obiektu sportowego, potrzebę zapewnienia optymalnych warunków w obszarze bhp w czasie lekcji wychowania fizycznego i innych zajęć rekreacyjno-sportowych lub sportowych; | K\_W18 |
| EK\_04 | Na przedmiocie marketing i strategia zarządzania bazy sportowo-rekreacyjnej pozna i zrozumie ogólne zasady rozwoju form indywidualnej przedsiębiorczości w sferze kultury fizycznej. | K\_W20 |
| EK\_05 | Student będzie potrafił wyszukiwać, analizować, krytycznie oceniać, selekcjonować i innowacyjnie wykorzystywać  informacje w obrębie nauk społecznych, przyrodniczych oraz nauk o kulturze fizycznej związanych z marketingiem i strategią zarządzania bazą sportowo-rekreacyjną | K\_U01 |
| EK\_06 | Student będzie gotów do organizowania imprez międzyszkolnych i środowiskowych o charakterze rekreacyjno-zdrowotnym lub sportowym we współpracy z organizacjami i stowarzyszeniami kultury fizycznej; | K\_K05 |
| EK\_07 | Student będzie gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy w zakresie funkcjonowania instytucji, towarzystw i stowarzyszeń działających w obrębie kultury fizycznej i sportu; | K\_K08 |

**3.3 Treści programowe**

1. Problematyka wykładu

|  |
| --- |
| Treści merytoryczne |
| Istota marketingu i jego definiowanie. Współczesne koncepcje marketingu. |
| Marketing i zarządzanie obiektami sportowo-rekreacyjnymi. Zamówienia publiczne. |
| Organizacja imprez sportowych i rekreacyjnych, w tym eventów. |
| Uwarunkowania prawne funkcjonowania obiektów sportowo-rekreacyjnych. |

1. Problematyka ćwiczeń audytoryjnych, konwersatoryjnych, laboratoryjnych, zajęć praktycznych

|  |
| --- |
| Treści merytoryczne |
| Specyfika zarządzania małymi i średnimi obiektami sportowym. Metody zarządzania infrastrukturą stadionową. |
| Rola komunikacji międzyludzkiej i negocjacji w zawodzie menedżera obiektów sportowych. |
| Tworzenie biznes planu dla obiektu sportowo-rekreacyjnego. Narzędzia promocji w sporcie  (reklama, public relations, sponsoring). |
| Rozwiązania międzynarodowe w zakresie finansowania i zarządzania obiektami  Sportowymi. |

3.4 Metody dydaktyczne

Np.:

*Wykład: wykład problemowy, wykład z prezentacją multimedialną, metody kształcenia na odległość*

*Ćwiczenia: analiza tekstów z dyskusją, metoda projektów (projekt badawczy, wdrożeniowy, praktyczny), praca w grupach (rozwiązywanie zadań, dyskusja),gry dydaktyczne, metody kształcenia na odległość*

*Laboratorium: wykonywanie doświadczeń, projektowanie doświadczeń*

4. METODY I KRYTERIA OCENY

4.1 Sposoby weryfikacji efektów uczenia się

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Symbol efektu | Metody oceny efektów uczenia sie  (np.: kolokwium, egzamin ustny, egzamin pisemny, projekt, sprawozdanie, obserwacja w trakcie zajęć) | Forma zajęć dydaktycznych  (w, ćw, …) |
| ek\_ 01 | Dyskusja, prezentacja z omówieniem, kolokwium | W, ćw. |
| ek\_ 02 | Dyskusja, prezentacja z omówieniem, kolokwium | W, ćw. |
| ek\_ 03 | Dyskusja, prezentacja z omówieniem, kolokwium | W, ćw. |
| ek\_ 04 | Dyskusja, prezentacja z omówieniem, kolokwium | W, ćw. |
| Ek\_ 05 | Analiza tekstów z dyskusją, praca w grupach, kolokwium | W, ćw. |
| EK\_ 06 | Obserwacja w trakcie zajęć | W, ćw. |
| EK\_ 07 | Obserwacja w trakcie zajęć | W, ćw. |

4.2 Warunki zaliczenia przedmiotu (kryteria oceniania)

|  |
| --- |
| Ćwiczenia: aktywny udział w zajęciach, zaliczenie ćwiczeń na ocenę, ustalenie oceny końcowej na podstawie ocen cząstkowych.  Aktywny udział (prezentacja tematu, uczestnictwo w dyskusji, praca w grupach);  Ćwiczenia – ocena z zaliczenia  50% oceny stanowią wyniki zaliczenia pisemnego, 30% ocena aktywności na zajęciach, udział w dyskusji, 20% wykonywanie bieżących zadań  Zaliczenie w formie pisemnej, składa się z 3 pytań, którym przyporządkowana jest punktacja. Uzyskane procenty przeliczane są na punkty, którym odpowiadają oceny:  51-60% max. pkt. – dst (3,0)  61-70% max. pkt. – dst plus (3,5)  71-80% max. pkt. – db (4.0)  81-90% max. pkt. – db plus (4,5)  91-100% max. pkt. – bdb (5,0)  Wykłady – Warunkiem uzyskania zaliczenia jest oddanie pracy zaliczeniowej dotyczącej tematyki wykładów (uzyskanie min. 51% z pracy zaliczeniowej - projektu)  Uzyskane procenty przeliczane są na punkty, którym odpowiadają oceny:  51-60% max. pkt. – dst (3,0)  61-70% max. pkt. – dst plus (3,5)  71-80% max. pkt. – db (4.0)  81-90% max. pkt. – db plus (4,5)  91-100% max. pkt. – bdb (5,0) |

**5. CAŁKOWITY NAKŁAD PRACY STUDENTA POTRZEBNY DO OSIĄGNIĘCIA ZAŁOŻONYCH EFEKTÓW W GODZINACH ORAZ PUNKTACH ECTS**

|  |  |
| --- | --- |
| **Forma aktywności** | **Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności** |
| Godziny kontaktowe wynikające z harmonogramu studiów | 10 |
| Inne z udziałem nauczyciela akademickiego  (udział w konsultacjach, egzaminie) | 2 godz. – udział w konsultacjach  3 godz. – udział w zaliczeniu |
| Godziny niekontaktowe – praca własna studenta  (przygotowanie do zajęć, egzaminu, napisanie referatu itp.) | 5 godz. – przygotowanie do zajęć  5 godz. – opracowanie tematu  5 godz. – przygotowanie do zaliczenia |
| SUMA GODZIN | 30 |
| **SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS** | 1 |

*\* Należy uwzględnić, że 1 pkt ECTS odpowiada 25-30 godzin całkowitego nakładu pracy studenta.*

6. PRAKTYKI ZAWODOWE W RAMACH PRZEDMIOTU

|  |  |
| --- | --- |
| wymiar godzinowy | - |
| zasady i formy odbywania praktyk | - |

7. LITERATURA

|  |
| --- |
| Literatura podstawowa:  1. Cupryjak M., Bezpieczeństwo obiektów, osób i imprez masowych w świetle zagrożeń terrorystycznych i przestępczych: wybrane aspekty Szczecin, 2015.  2. Godlewski P., Matecki P. (red.), Marketing sportowy: profesjonalne zarządzanie sportem, Gdańsk 2020.  3. Halemba P. (red.): Współczesne problemy zarządzania sportem  i turystyką, Katowice 2008.  4. Hopej M., Kamiński R.: Struktury organizacyjne współczesnych organizacji. Wrocław 2010.  5. Klisiński J. (red.), Marketing w sporcie i turystyce sportowej, Bytom 2009.  6. Kuźbik P., Moterski F., Zarządzanie w sporcie. Organizacje - ludzie – marketing. Łódź 2016.  7. Mazurkiewicz-Pizło A., Pizło W., Marketing. Wiedza ekonomiczna i aktywność na rynku. Warszawa 2017.  8. Nowakowski A.: Szkice z organizacji kultury fizycznej, Rzeszów 2005. 9. Nowakowski A., Bajorek W.: Szkice z historii i współczesności zarządzania kulturą fizyczną w Polsce. Rzeszów 2012.  10. Nowakowski A., Drozd S.: Z tradycji prawa w Polsce. Uwarunkowania prawne w kulturze fizycznej. Rzeszów 2010.  11. Nowakowski A., Rejman A. (red.): Wierny sprawie kultury fizycznej. W hołdzie profesorowi Kazimierzowi Obodyńskiemu (1941-2015), Rzeszów 2016.  12. Piątkowska M., Gocłowska S., Praktyki ambush marketingu jako wyzwanie dla współczesnych organizatorów i sponsorów wielkich imprez sportowych, Warszawa 2018.  13. Richardson T., Vidaurreta A., Gorman T., Biznes to sport kontaktowy, Gliwice 2005.  14. Rejman A., Janusz M. (red.): Struktury zarządzania kulturą fizyczną w Polsce i ich uwarunkowania prawne, Rzeszów 2016.  15. Stępień-Załucka B. (red.), Prawnoekonomiczne aspekty sportu – regulacje prawne a efektywność działalności sportowej Rzeszów 2019.  16. Sznajder A., Marketing sportu, Warszawa 2015.  17. Ura E., Pieprzny S.: Bezpieczeństwo imprez masowych. Rzeszów 2012 |
| Literatura uzupełniająca:  1. Beech J., Chadwik S. (ed.), The Business of Sport Management, FT Prentice Hall, 2004.  2. Małolepszy E. (red.): Kultura fizyczna XIV, nr 1. Prace naukowe AJD w Częstochowie, Częstochowa 2015.  3. Mullin B.J., Hardy S., Sutton W.A., Sport Marketing, Human Kinetics, 2014.  4. Smith A.C.T, Stewart B., Introduction to Sport Marketing, Routledge 2015. |

Akceptacja Kierownika Jednostki lub osoby upoważnionej

1. W przypadku ścieżki kształcenia prowadzącej do uzyskania kwalifikacji nauczycielskich uwzględnić również efekty uczenia się ze standardów kształcenia przygotowującego do wykonywania zawodu nauczyciela. [↑](#footnote-ref-1)