



Karta przedmiotu
Kształtowanie wizerunku przez organizacje sportowe

1. Informacje podstawowe

Kierunek studiów zarządzanie w sporcie Specjalność: menedżer sportu Jednostka zarządzająca kierunkiem studiów Wydział Zarządzania Poziom studiów pierwszego stopnia (lic.) Profil studiów Profil praktyczny Forma studiów studia stacjonarne		Cykl kształcenia (nabór) 2023/24 Kod przedmiotu 08ZAS-PMSS.PL10D.0057.23 Języki wykładowe polski Obligatoryjność Obligatoryjny specjalnościowy Blok zajęciowy Przedmioty specjalnościowe
Wymagania wstępne	brak wymagań	
Przedmioty wprowadzające	Podstawy marketingu	
Koordinator	Maciej Schulz	
Okres Semestr 5	Forma zaliczenia Zaliczenie na ocenę Forma prowadzenia i godziny zajęć Ćwiczenia projektowe: 30	Liczba punktów ECTS 2.0

2. Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Opis efektów uczenia się	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się	Odniesienie do charakterystyk PRK
Wiedza:			
W1	Zna podstawowe pojęcia związane z zarządzaniem wizerunkiem organizacji sportowej	ZAS_P1_K_W08	P6S_WG
W2	Zna mechanizmy i znaczenie procesu kształtowania wizerunku organizacji sportowej	ZAS_P1_K_W12	P6S_WK
Umiejętności:			
U1	Dobiera narzędzia kształtowania wizerunku organizacji sportowej w oparciu o wiedzę na temat uwarunkowań rynkowych związanych z ich funkcjonowaniem	ZAS_P1_K_U02, ZAS_P1_K_U04	P6S_UW, P6S_UW
U2	Ocenia skuteczność strategii wizerunkowych w organizacjach sportowych	ZAS_P1_K_U03, ZAS_P1_K_U14	P6S_UW, P6S_UO
Kompetencje społeczne:			
K1	Kreatywny dobór narzędzi marketingowych w kreowaniu wizerunku organizacji sportowych.	ZAS_P1_K_K02	P6S_KK

3. Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Formy zajęć	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Istota i znaczenie wizerunku w zarządzaniu organizacją sportową. Tożsamość i marka organizacji sportowych.	Ćwiczenia projektowe	W1
2.	Wizerunek, jako element strategii biznesowej i źródło przewagi konkurencyjnej.	Ćwiczenia projektowe	W2, U1, K1
3.	Elementy strategii zarządzania wizerunkiem organizacji sportowych.	Ćwiczenia projektowe	W2, U1, U2, K1
4.	Marka w kształtowaniu wizerunku organizacji sportowych.	Ćwiczenia projektowe	W2, U1, K1
5.	Elementy strategii komunikacji marketingowej w organizacjach sportowych.	Ćwiczenia projektowe	W2, U1, K1
6.	Ocena skuteczności działań wizerunkowych organizacji sportowych.	Ćwiczenia projektowe	W2, U2
7.	Kształtowanie wizerunku organizacji sportowych w Internecie. Ochrona wizerunku firmy.	Ćwiczenia projektowe	W1, U1

4. Metody prowadzenia zajęć, weryfikacji efektów uczenia się i warunki zaliczenia

Forma zajęć	
-------------	--

Ćwiczenia projektowe	Metody prowadzenia zajęć:	
	Ćwiczenia laboratoryjne, Projekt, Praca w grupie	
	Metody (sposoby) weryfikacji:	Udział:
	Projekt	100%
	Warunki zaliczenia przedmiotu:	
	Projekt strategii kształtowania wizerunku wybranej organizacji sportowej.	

Efekt uczenia się dla przedmiotu	Metody (sposoby) weryfikacji
	Projekt
W1	x
W2	x
U1	x
U2	x
K1	x

5. Literatura

Literatura podstawowa

1. Budzyński W., Wizerunek firmy: kreowanie, zarządzanie, efekty, Poltext, Warszawa 2002.

Literatura uzupełniająca

1. Wiktor J. W., Komunikacja marketingowa, PWN, Warszawa 2013.
2. Baruk A. I., Marketing personalny jako instrument kreowania wizerunku firmy, Difin, Warszawa 2006.

6. Nakład pracy studenta - bilans godzin i punktów ECTS

Aktywność studenta		Obciążenie studenta Liczba godzin
Zajęcia prowadzone z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego lub innych osób prowadzących zajęcia	Ćwiczenia projektowe	30
Praca własna studenta	Konsultacje	10
	Studiowanie literatury	20
Łączny nakład pracy studenta		60
Liczba punktów ECTS		2

* Godzina (dydaktyczna) oznacza 45 minut