



**POLITECHNIKA
BYDGOSKA**
Wydział Zarządzania

Karta przedmiotu
Marketing usług sportowych

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.0052.23 Języki wykładowe polski Obligatoryjność Obligatoryjny specjalnościowy Blok zajęciowy Przedmioty specjalnościowe
Wymagania wstępne	brak wymagań	
Przedmioty wprowadzające	brak przedmiotów wprowadzających	
Koordynator	Marcin Skinder	
Okres Semestr 5	Forma zaliczenia Egzamin Forma prowadzenia i godziny zajęć Wykład: 15, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 15 Ćwiczenia audytoryjne: 30	Liczba punktów ECTS 3.0

2. Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Opis efektów uczenia się	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się	Odniesienie do charakterystyk PRK
Wiedza:			
W1	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu zasady stosowane w marketingu usług sportowych.	ZAS_P1_K_W01	P6S_WG
W2	Identyfikuje charakter, cele i reguły rządzące różnymi instytucjami związanymi z usługami sportowymi.	ZAS_P1_K_W08	P6S_WG
Umiejętności:			
U1	Potrafi przeprowadzić analizę otoczenia rynkowego organizacji sportowej z uwzględnieniem zasad marketingowych.	ZAS_P1_K_U01	P6S_UW
U2	Posługuje się konkretnymi metodami w celu wspomagania procesów i osiągania celów marketingowych organizacji sportowej.	ZAS_P1_K_U03	P6S_UW
U3	Potrafi właściwie dobrać źródła i informacje wykorzystywane w marketingu usług sportowych.	ZAS_P1_K_U04	P6S_UW
U4	Potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę z zakresu marketingu usług w celu rozwiązania problemów, które pojawiają się w organizacjach usług sportowych.	ZAS_P1_K_U11	P6S_UW
U5	Inicjuje pracę w grupie i przyjmuje w niej różne role powiązane z realizacją usług sportowych.	ZAS_P1_K_U14	P6S_UO
Kompetencje społeczne:			
K1	Akceptuje potrzebę krytycznej oceny posiadanej wiedzy z zakresu marketingu usług sportowych.	ZAS_P1_K_K01	P6S_KK
K2	Docenia zdobywanie informacji służących do rozwiązywania problemów w marketingu usług sportowych.	ZAS_P1_K_K02	P6S_KK

3. Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Formy zajęć	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Podstawy marketingu sportowego: wprowadzenie, rynek sportowy i podmioty na nim działające.	Wykład, Wykład synchroniczny	W1, W2, U1, U5, K2
2.	Badania marketingowe w sporcie i system informacyjny marketingu sportowego.	Wykład, Wykład synchroniczny	W1, U1, U3, U4, K1, K2
3.	Kształtowanie programów marketingowych w sporcie.	Wykład, Wykład synchroniczny	W1, W2, U2, U4, U5, K1, K2
4.	Reklama w sporcie i sponsoring sportowy.	Wykład, Wykład synchroniczny	W1, W2, U2, U3, U4, K1, K2
5.	Zarządzanie sprzedażą i e-biznes sportowy.	Wykład, Wykład synchroniczny	W1, W2, U3, U4, K2
6.	Globalny marketing sportowy.	Ćwiczenia audytoryjne	W1, W2, U2, U3, U4, K1, K2
7.	System informacyjny marketingu sportowego.	Ćwiczenia audytoryjne	W1, W2, U3, U4, K1, K2

Lp.	Treści programowe	Formy zajęć	Efekty uczenia się dla przedmiotu
8.	Zachowania konsumenta sportu.	Ćwiczenia audytoryjne	W2, U3, U4, U5, K1, K2
9.	Przykłady praktyki marketingowej z czasopism sportowych.	Ćwiczenia audytoryjne	W1, W2, U1, U2, U3, U4, U5, K1, K2

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

Forma zajęć	
Wykład	Metody prowadzenia zajęć:
	Wykład, Dyskusja, Case study
	Metody (sposoby) weryfikacji:
	Test
	Aktywność
	Warunki zaliczenia przedmiotu:
	- Test (0-20 pkt.; zal > 60%) - Aktywność na zajęciach (dodatkowe punkty)
Ćwiczenia audytoryjne	Metody prowadzenia zajęć:
	Wykład, Dyskusja, Projekt, Praca w grupie
	Metody (sposoby) weryfikacji:
	Zaliczenie artykułów z czasopism
	Aktywność
	Warunki zaliczenia przedmiotu:
	Zaliczenie ćwiczeń: - Aktywność na ćwiczeniach (dodatkowe punkty) - Zadania projektowe (zaliczenie artykułów) (0-20 pkt.) Egzamin w formie testu (0-25 pkt.; > 60 %) wg następującej skali: - od 91% bardzo dobry (5,0); - od 81% dobry plus (4,5); - od 71% dobry (4,0); - od 61% dostateczny plus (3,5); - od 51% dostateczny (3,0); - poniżej 51% niedostateczny (2,0)

Efekt uczenia się dla przedmiotu	Metody (sposoby) weryfikacji		
	Test	Aktywność	Zaliczenie artykułów z czasopism
W1	x	x	x
W2	x	x	
U1	x	x	x
U2	x	x	x

U3	x	x	x
U4	x	x	x
U5	x		x
K1		x	x
K2	x	x	x

5. Literatura

Literatura podstawowa

1. Sznajder, A., 2015. Marketing sportu, PWE.
2. Czasopisma związane z marketingiem usług sportowych.
3. Łuczak, J., 2017. Zarządzanie ryzykiem w kształtowaniu jakości imprez sportowych

Literatura uzupełniająca

1. Bednarczyk, M., Nessel, K., 2016. Przedsiębiorczość w sporcie - zasady i praktyka. Wydawnictwo CeDeWu
2. Sznajder A, 2021. Marketing sportu 2.0 w erze cyfrowej. Wydawnictwo Nieoczywiste.
3. Stepan, L., 2020. Sport to pieniądz : współczesny sport w świecie biznesu. Wydawnictwo Naukowe Katedra.

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	Wykład	15
	Ćwiczenia audytoryjne	30
Praca własna studenta	Przygotowanie do zajęć	3
	Studiowanie literatury	3
	Konsultacje	8
	Przygotowanie do egzaminu	18
	Przygotowanie do zaliczenia	8
Łączny nakład pracy studenta		85
Liczba punktów ECTS		3

* Godzina (dydaktyczna) oznacza 45 minut