

<b>Akademia Wychowania Fizycznego im. J. Kukuczki w Katowicach</b> <b>Wydział Zarządzania Sportem i Turystyką</b>			
Kierunek studiów i poziom kształcenia:	Zarządzanie – I stopień		Tryb studiów: S/N
Nazwa przedmiotu	<b>SPONSORING W SPORCIE</b>		
Nazwa grupy zajęć	<b>Grupa zajęć z zakresu specjalności</b>		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki		
Język wykładowy	polski		
Forma realizacji przedmiotu	obligatoryjny	X	do wyboru
Specjalność	<b>Zarządzanie sportem</b>		
Rok studiów	trzeci		
Semestr	szósty		
Liczba punktów ECTS	trzy		
Tytuł/stopień naukowy, imię i nazwisko prowadzącego zajęcia	dr Michał Kucharski		
Kierunkowe efekty uczenia się - symbole	Przedmiotowe efekty uczenia się		
<b>WIEDZA</b>			
K_W06	W1	Student wymienia korzyści, jakie może przynieść sponsoring stronom w niego zaangażowanym	
K_W24	W2	Student wyjaśnia, w jaki sposób mogą współpracować ze sobą podmioty zaangażowane w sponsoring sportowy	
K_W19, K_W20	W3	Student rozumie i wymienia mierniki skuteczności zaangażowania w sponsoring sportowy	
<b>UMIĘJĘTNOŚCI</b>			
K_U14	U1	Student potrafi opracować ofertę dla potencjalnego sponsora	
K_U04	U2	Student potrafi wskazać potencjalnych partnerów współpracujących w ramach sponsoringu	
K_U03	U3	Student wykorzystuje wiedzę do zaprojektowania programu sponsoringowego i prawidłowego wkomponowania sponsoringu w strategię przedsiębiorstw	
<b>KOMPETENCJE SPOŁECZNE</b>			
K_K15	K1	Student postępuje zgodnie z zasadami etyki podczas realizacji zadań związanych z przedmiotem, co powinno przełożyć się na etyczne postępowanie w życiu zawodowym	
K_K03	K2	Student jest świadomy znaczenia sponsoringu dla branży sportowej	
K_K08	K3	Student wyraża własne zdanie i broni go przy użyciu merytorycznych argumentów	
Treści przedmiotu	Wykłady: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Wprowadzenie do przedmiotu. Definicja sponsoringu.</li> <li>2. Teoretyczne aspekty sponsoringu.</li> <li>3. Zasady zarządzania kampaniami sponsoringowymi</li> <li>4. Integracja sponsoringu ze strategią firmy.</li> <li>5. Aktywizacja sponsoringu.</li> <li>6. Pomiar efektywności kampanii sponsoringowych.</li> <li>7. Dobre praktyki w sponsoringu.</li> <li>8. Rynek sponsoringowy w Polsce.</li> <li>9. Typy organizacji sponsorowanych oraz ich świadczenia – manual reklamowy</li> <li>10. Sprzedaż sponsoringu, zasady współpracy i raportowanie</li> <li>11. Umowa sponsoringowa – prawne elementy.</li> <li>12. Podsumowanie najważniejszych zagadnień związanych ze</li> </ol>		

	<p>sponsoringiem</p> <p>13. Zaliczenie przedmiotu.</p> <p>Ćwiczenia:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Przedstawienie i omówienie wytycznych związanych z realizacją zadań projektowych powiązanych tematycznie z treściami prezentowanymi na wykładach.</li> <li>2. Omawianie częściowych efektów realizowanych zadań projektowych.</li> <li>3. Prezentacja i omówienie ostatecznych efektów zadań projektowych.</li> </ol>
Wymagania wstępne i dodatkowe	Zaliczone przedmioty: Marketing i Podstawy Zarządzania
Literatura obowiązkowa	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Datko M., <i>Sponsoring - klucz nowoczesnego marketingu</i>. Wydawnictwo Placet 2012.</li> <li>2. Godlewski P., Matecki P., <i>Marketing i sponsoring w biznesie sportowym</i>, SportWin, Poznań 2018.</li> <li>3. Kot S., Kucharski M., <i>Real value of Advertising Value Equivalent in sport sponsorship</i>, International Review of Management and Marketing. - Vol. 7, nr 1 (2017), s. 34-42</li> <li>4. Kucharski M. Kot S., <i>Rozpoznawalność marki sponsora jako rezultat sponsoringu : studium przypadku</i>, PRZEGLĄD ORGANIZACJI. - 2017, nr 3, s. 18-25</li> </ol>
Literatura uzupełniająca	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Halemba P., Kucharski M., Juchimiuk M., <i>Marketing sportowy na przykładzie klubów Profesjonalnej Ligi Piłki Siatkowej</i>, Wydawnictwo AWF, Katowice 2013.</li> <li>2. Sporek T., <i>Sponsoring sportu w warunkach globalizacji: dylematy i wyzwania</i>, Difin, Warszawa 2007.</li> <li>3. Sznajder A., <i>Marketing sportu</i>, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2015</li> <li>4. Kucharski M., Kot S., <i>Cost of recognisability of a sponsor's brand achieved through TV broadcast</i>, Oeconomia Copernicana. - Vol. 8, nr 3 (2017), s. 447-461</li> </ol>
Planowane formy/działania/ metody dydaktyczne	praca z tekstem, praca w grupie, dyskusja, wykład, prezentacje multimedialne, wystąpienia studentów przed grupą, analiza przypadków
Sposób zaliczenia	zaliczenie na ocenę
Metody oceniania osiągnięcia przedmiotowych efektów uczenia się	Zaliczenie w formie: testu pisemnego mieszanego i opracowanie samodzielnie lub w grupie zadanego zagadnienia – projektu
Kryteria oceniania osiągnięcia przedmiotowych efektów uczenia się	<p>Zaliczenie ćwiczeń student uzyskuje, gdy udzieli ponad 50% prawidłowych odpowiedzi w teście oraz opracuje zadane zagadnienie – projekt.</p> <p>Oceny na zaliczenie ćwiczeń oraz egzaminu ustalane są według następującej skali:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a) bardzo dobry - 91% i więcej odpowiedzi prawidłowych.</li> <li>b) dobry plus - 81-90% odpowiedzi prawidłowych.</li> <li>c) dobry - 71-80% odpowiedzi prawidłowych.</li> <li>d) dostateczny plus -61-70% odpowiedzi prawidłowych.</li> <li>e) dostateczny 50-60% odpowiedzi prawidłowych.</li> <li>f) niedostateczny – mniej niż 50% odpowiedzi prawidłowych</li> </ol>

	Szczegółowe warunki uzyskania oceny oraz uzupełniające elementy oceny (obecność, aktywność itp.), prowadzący egzamin/zaliczenie podaje do wiadomości studentów na pierwszych zajęciach oraz na zajęciach poprzedzających egzamin/zaliczenie
Praktyki zawodowe	nie dotyczy
STUDIA STACJONARNE  Bilans punktów ECTS	udział w wykładach = 26h udział w ćwiczeniach = 13h przygotowanie do ćwiczeń = 9h przygotowanie do kolokwium = 10h realizacja zadań projektowych = 20h  łączna liczba godzin: 78 h w bezpośrednim kontakcie z prowadzącym 50% godzin liczba punktów ECTS = 3 pkt. Minimalna ilość godzin nakładu pracy studenta 3(pkt ECTS) x 26h = 78h

Forma oceny efektów uczenia się			
Efekty uczenia się	Forma oceny		
	Test	Projekt	Dyskusja dydaktyczna
<b>W1</b>	X		
<b>W2</b>	X		
<b>W3</b>	X		
<b>U1</b>		X	X
<b>U2</b>		X	X
<b>U3</b>		X	X
<b>K1</b>		X	
<b>K2</b>	X		X
<b>K3</b>			X