

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Rynek sportu, PG_00156139						
Kierunek studiów	Zarządzanie w sporcie - studia menedżerskie (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2024 r.		Rok akademicki realizacji przedmiotu		2025/2026		
Poziom kształcenia	I stopnia - licencjackie		Grupa zajęć		Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów		
Forma studiów	stacjonarne		Sposób realizacji		na uczelni		
Rok studiów	2		Język wykładowy		polski		
Semestr studiów	3		Liczba punktów ECTS		3.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki		Forma zaliczenia		zaliczenie		
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Zarządzania -> Katedra Strategicznego Rozwoju -> Zakład Rozwoju i Restrukturyzacji Przedsiębiorstw						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		dr Jędrzej Siciński				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	0.0	30.0	0.0	0.0	0.0	30
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
Aktywność studenta i liczba godzin pracy	Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów		Udział w konsultacjach		Praca własna studenta	RAZEM
	Liczba godzin pracy studenta	30		9.0		36.0	75
Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest przekazanie Studentom praktycznej wiedzy z zakresu metodyki analizy potencjału rynku sportu z uwzględnieniem analizy otoczenia konkurencyjnego i potencjału rozwojowego (fazy cyklu życia sektora). Student pozna wybrane narzędzia analizy strategicznej zorientowanej na rynek sportowy. Stosowanie tych narzędzi i implementacja wyników analizy w wielu sferach odbiega od zarządzania klasycznym podmiotem, stąd niezbędne jest poznanie sposobu adaptacji wybranych metod analitycznych do potrzeb sektora sportowego.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[ZSSML3_U01] Potrafi poprawnie interpretować zjawiska społeczno-gospodarcze, bieżące wydarzenia w polityce gospodarczej, ekonomii, a także samodzielnie formułować własne opinie w tym zakresie oraz proponować adekwatne rozstrzygnięcia w przypadku zmian zachodzących w tych obszarach.	Student umiejętnie interpretuje zjawiska społeczne-gospodarcze, które mogą być istotne dla biznesu sportowego. Umiejętna selekcja zjawisk i trendów prowadzi do formułowania opinii i inicjatyw, które przyczyniają się do utrzymania przewag konkurencyjnych na dynamicznym rynku sportowym.	[SU3] opracowanie tekstowe/praca pisemna
	[ZSSML3_K08] Ma świadomość i rozumie potrzebę zachowywania się w życiu zawodowym w sposób etyczny, zrównoważony i społecznie odpowiedzialny.	Student jest świadomy, że immanentnym czynnikiem powodzenia biznesu na rynku sportowym jest prowadzenie działalności w sposób etycznie akceptowalny dla interesariuszy.	[SK3] opracowanie tekstowe/praca pisemna
	[ZSSML3_W04] Ma zaawansowaną wiedzę na temat otoczenia przedsiębiorstwa, jego czynników i zachodzących w tym obszarze zmian, a także na temat relacji, znaczenia oraz wpływu otoczenia i interesariuszy na funkcjonowanie przedsiębiorstwa i klubu sportowego. Zna zaawansowane metody diagnozowania makro- i mikrootoczenia.	Student zna narzędzia diagnozy strategicznej oraz posiada wiedzę na temat ich adaptacji do specyficznych uwarunkowań rynku sportowego.	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/dyskusja [SW3] opracowanie tekstowe/praca pisemna
	[ZSSML3_K03] Ma świadomość konieczności identyfikowania ważnych problemów, w tym gospodarczych i społecznych oraz planowania sposobów ich rozwiązania.	Student potrafi rozwiązywać problemy organizacyjne, typowe dla biznesu sportowego w oparciu o zasadę identyfikuj-organizuj-zarządzaj.	[SK3] opracowanie tekstowe/praca pisemna
	[ZSSML3_W01] Ma zaawansowaną wiedzę w zakresie dyscypliny nauk o zarządzaniu i jakości oraz rozumie jej powiązania z innymi naukami społecznymi.	Student zna zaawansowane obszary nauk o zarządzaniu i jakości oraz jest świadom przydatności wybranych rozwiązań w prowadzeniu organizacji na rynku sportowym.	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/dyskusja [SW3] opracowanie tekstowe/praca pisemna
	[ZSSML3_U05] Potrafi poprawnie wybrać i zastosować metody i narzędzia stosowane w naukach o zarządzaniu i jakości.	Student posiada umiejętność selekcji metod właściwych do rozpatrywanej problematyki, a w szczególności właściwie przypisuje narzędzia strategiczne do odpowiedniego poziomu otoczenia.	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/dyskusja
	[ZSSML3_W11] Zna i rozumie zasady pozyskiwania i wykorzystania różnego rodzaju zasobów w realizacji celów rozwojowych przedsiębiorstwa i innych podmiotów rynku sportowego.	Posiada wiedzę na temat klasyfikacji zasobów a w szczególności wagę ich właściwej alokacji w biznesie sportowym.	[SW2] prezentacja/projekt/referat/raport [SW3] opracowanie tekstowe/praca pisemna
	[ZSSML3_W05] Zna relacje występujące pomiędzy organizacjami rynku sportowego (w tym formy współdziałania podmiotów gospodarczych na rynku) oraz pomiędzy organizacją i człowiekiem, w szczególności pracownikiem i klientem.	Student rozumie, że kapitał relacyjny i skuteczne sposoby współdziałania z otoczeniem stanowią istotny czynnik odniesienia sukcesu biznesu sportowego.	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/dyskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/raport

Treści przedmiotu	PIERWSZY BLOK PROBLEMOWY UWARUNKOWANIA PEST RYNKU SPORTU		
	1. Metodyka analizy sektora z wykorzystaniem modelu PEST założenia + case study 2. Identyfikacja zmiennych do modelu PEST dla rynku sportu i rekreacji (praca w grupach) 3. Ocena zmiennych w przyjętych interwałach czasu + określenie siły wag zmiennych 4. Analiza trendu + prognoza 5. Wnioski dla sektora i ocena perspektywności (fazy cyklu życia) 6. Arkusz kalkulacyjny MS Excel i zasady budowania kolejnych części analizy PEST; 7. Praca własna grupy projektowe (studium przypadku).		
	WYBRANE METODY ANALIZY STRATEGICZNEJ NA POZIOMIE POTENCJAŁU SEKTORA SPORTOWEGO I ORGANIZACJI SPORTOWEJ 1. Zarządzanie i planowanie strategiczne - korporacja versus podmiot sportowy (misja, wizja, instytucje i nadrzędne cele organizacji) 2. Wybrane metody analizy potencjału sektora 3. Wybrane metody analizy potencjału organizacji 4. Wybrane elementy zarządzania rozwojem strategicznym organizacji na rynku sportu 5. Megatrendy i wyzwania rynkowe w sporcie w XXI wieku a planowanie strategiczne		
Wymagania wstępne i dodatkowe	brak		
Sposoby i kryteria oceniania osiąganych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	praca pisemna - projekt	51.0%	50.0%
	kolokwium	51.0%	50.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	1. Antonowicz P., Antonowicz A., (2014), Jakościowe metody ekonomicznej analizy otoczenia dalszego w projektach inwestycyjnych ramowy układ sił i ocena atrakcyjności sektora, Sadkowska J., Chmielewski M. (red.), Zarządzanie projektami wybrane aspekty, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk, s. 35-49. 2. Antonowicz P., Antonowicz A., (2014), Jakościowe metody ekonomicznej analizy otoczenia bliższego w projektach inwestycyjnych ocena szans powodzenia projektu z mikroperspektywy, Sadkowska J., Chmielewski M. (red.), Zarządzanie projektami wybrane aspekty, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk, s. 51-76. 3. Antonowicz P. (2020), Analiza makrootoczenia organizacji z wykorzystaniem modelu PEST - metodyka cyklicznego monitoringu otoczenia organizacji, [w:] Antonowicz Paweł (red.): Zarządzanie rozwojem przedsiębiorstwa: interaktywny podręcznik z zakresu zarządzania: repozytorium case study dla studentów, Gdańsk. 4. Antonowicz P., Antonowicz A., Skrzyniarz P., Pusiewicz M. (2018), Integracja metodyczna PEST i SWOT w przeglądzie pakietu strategicznego na przykładzie spółki z sektora gazu ziemnego w Polsce - perspektywa strategiczna, Zarządzanie i Finanse, Tom 4/2, s. 5-21.	
	Uzupełniająca lista lektur	1. Jedel J., Antonowicz P. (2018), Evaluation and development prospects of the sports and recreation market in Poland in 2000-2030. PEST analysis from a legal, economic, socio-cultural and technological perspective, Baltic Journal of Health and Physical Activity, vol. 10, nr 4, s.202-212. 2. Antonowicz P., Kędzierska E., Pusiewicz M., (2017), Model PEST uwarunkowań rozwoju rynku gazu w Polsce - benchmarking międzynarodowy, [w:] Zarządzanie wartością w warunkach zmiany / Antonowicz P., Pisarewicz P., Nogal-Meger P. (red.), Gdańsk ; Sopot, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, s. 215-228. 3. Hoyer, R., Smith, A., Nicholson, M., & Stewart, B. (2018). Sport management: Principles and applications. Routledge Taylor & Francis Group. 4. Berrett, T., & Slack, T. (2001). A framework for the analysis of Strategic Approaches employed by non-profit sport organisations in seeking corporate sponsorship. Sport Management Review, 4(1), 2145.	
	Adresy eZasobów	Adresy na platformie eNauczanie:	
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania			
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy		

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.