

## Karta przedmiotu

|                                          |                                                                                                                                                                            |                                                           |           |                        |                                                                                                                                                                                        |                       |       |
|------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|-----------|------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-------|
| Nazwa i kod przedmiotu                   | Sponsoring, PR i komunikacja kryzysowa, PG_00156155                                                                                                                        |                                                           |           |                        |                                                                                                                                                                                        |                       |       |
| Kierunek studiów                         | Zarządzanie w sporcie - studia menedżerskie (O)                                                                                                                            |                                                           |           |                        |                                                                                                                                                                                        |                       |       |
| Data rozpoczęcia studiów                 | październik 2025 r.                                                                                                                                                        | Rok akademicki realizacji przedmiotu                      |           |                        | 2027/2028                                                                                                                                                                              |                       |       |
| Poziom kształcenia                       | I stopnia - licencjackie                                                                                                                                                   | Grupa zajęć                                               |           |                        | Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów<br>Grupa zajęć powiązanych z prowadzonymi badaniami naukowymi w dziedzinie nauki związanej z kierunkiem - profil ogólnoakademicki |                       |       |
| Forma studiów                            | stacjonarne                                                                                                                                                                | Sposób realizacji                                         |           |                        | na uczelni                                                                                                                                                                             |                       |       |
| Rok studiów                              | 3                                                                                                                                                                          | Język wykładowy                                           |           |                        | polski                                                                                                                                                                                 |                       |       |
| Semestr studiów                          | 5                                                                                                                                                                          | Liczba punktów ECTS                                       |           |                        | 3.0                                                                                                                                                                                    |                       |       |
| Profil kształcenia                       | ogólnoakademicki                                                                                                                                                           | Forma zaliczenia                                          |           |                        | zaliczenie                                                                                                                                                                             |                       |       |
| Jednostka prowadząca                     | Rektor -> Wydział Zarządzania -> Katedra Marketingu                                                                                                                        |                                                           |           |                        |                                                                                                                                                                                        |                       |       |
| Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców) | Odpowiedzialny za przedmiot                                                                                                                                                | dr Liwia Delińska                                         |           |                        |                                                                                                                                                                                        |                       |       |
|                                          | 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 zapoznanie studentów ze sponsoringiem sportowym, wykorzystaniem narzędzi public relations na rynku sportu oraz komunikacji w sytuacjach kryzysowych. |                                                           |           |                        |                                                                                                                                                                                        |                       |       |

|                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                      |
|-------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Efekty uczenia się przedmiotu                                     | Efekt kierunkowy                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Efekt z przedmiotu                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Sposób weryfikacji i oceny efektu                                                                    |
|                                                                   | [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.                                                                                                          | Rozumie, jak sponsoring i PR wpływają na budowanie relacji między organizacjami sportowymi a sponsorami, mediami oraz klientami, i potrafi efektywnie zarządzać komunikacją w celu wzmocnienia tych relacji.                                                                                                                                                              | [SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja<br>[SW3] opracowanie tekstowe/ praca pisemna                 |
|                                                                   | [ZSSML3_U03] Potrafi uwzględniać w procesie podejmowania decyzji jej skutki etyczne, społeczne i ekologiczne.                                                                                                                                                                                                                         | Potrafi uwzględniać etyczne, społeczne i ekologiczne konsekwencje decyzji dotyczących sponsoringu i działań PR.                                                                                                                                                                                                                                                           | [SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja<br>[SU5] realizacja zadania problemowego                     |
|                                                                   | [ZSSML3_K04] Ma świadomość konieczności rozstrzygania dylematów związanych z wykonywaniem zawodu. Prawdłowo je identyfikuje.                                                                                                                                                                                                          | Potrafi identyfikować i rozwiązywać dylematy związane z komunikacją kryzysową i sponsoringiem w sporcie, w szczególności w sytuacjach wymagających szybkiego podejmowania decyzji.                                                                                                                                                                                        | [SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja<br>[SK5] realizacja zadania problemowego                     |
|                                                                   | [ZSSML3_K08] Ma świadomość i rozumie potrzebę zachowywania się w życiu zawodowym w sposób etyczny, zrównoważony i społecznie odpowiedzialny.                                                                                                                                                                                          | Rozumie znaczenie etycznego zachowania i odpowiedzialności społecznej w działaniach PR i sponsoringowych, zarówno w sytuacjach codziennych, jak i kryzysowych.                                                                                                                                                                                                            | [SK5] realizacja zadania problemowego<br>[SK8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta |
|                                                                   | [ZSSML3_W11] Zna i rozumie zasady pozyskiwania i wykorzystania różnego rodzaju zasobów w realizacji celów rozwojowych przedsiębiorstwa i innych podmiotów rynku sportowego.                                                                                                                                                           | Zna zasady pozyskiwania sponsorów oraz budowania skutecznej komunikacji z interesariuszami w celu wspierania rozwoju organizacji sportowych.                                                                                                                                                                                                                              | [SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport<br>[SW5] realizacja zadania problemowego                   |
| Treści przedmiotu                                                 | 1. Sponsoring sportowy na świecie i w Polsce<br>2. Prawa w sponsoringu, przygotowanie umowy sponsorskiej i naming rights<br>3. Rola i narzędzia public relations w sporcie<br>4. Przygotowanie konferencji prasowej i informacji prasowych<br>5. Obszary występowania sytuacji kryzysowych<br>6. Komunikacja w sytuacjach kryzysowych |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                      |
| Wymagania wstępne i dodatkowe                                     | Uzyskanie zaliczenia z przedmiotów - marketing w sporcie oraz marka produktu sportowego.                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                      |
| Sposoby i kryteria oceniania osiąganych efektów uczenia się       | Sposób oceniania (składowe)                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Próg zaliczeniowy                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Składowa oceny końcowej                                                                              |
|                                                                   | oceny cząstkowe w trakcie trwania semestru                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 51.0%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 100.0%                                                                                               |
| Zalecana lista lektur                                             | Podstawowa lista lektur                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 1. W. Budzyński, <i>Public Relations. Wizerunek. Reputacja. Tożsamość</i> , Poltext, Warszawa 2021<br>2. J. Kończak, <i>Komunikacja sponsoringowa w sporcie XXI w.</i> , Wydawnictwo Naukowe i Edukacyjne SBP, Warszawa 2020<br>3. D. Tworzydło, <i>Komunikowanie organizacji w kryzysie</i> , Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2022                                     |                                                                                                      |
|                                                                   | Uzupełniająca lista lektur                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 1. G. Botwina (red.), <i>Zarządzanie w polskim sporcie</i> , Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2020<br>2. M. Trojanowski, <i>Prezentacje i wystąpienia w biznesie. Istota, uwarunkowania</i> , badania, PWN, Warszawa 2018<br>3. T. B. Cornwell, <i>Sponsorship in Marketing: Effective Partnerships in Sports, Arts and Events</i> , Routledge, Oxfordshire 2020 |                                                                                                      |
|                                                                   | Adresy eZasobów                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                      |
| Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                      |
| Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu                             | Nie dotyczy                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                      |

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.