

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Przygotowanie motoryczne i trening siłowy, PG_00156137						
Kierunek studiów	Zarządzanie w sporcie - studia menedżerskie (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2025 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu			2026/2027		
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			2.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki	Forma zaliczenia			zaliczenie		
Jednostka prowadząca	Rektor -> Prorektor ds. Studenckich -> Centrum Wychowania Fizycznego i Sportu						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot	mgr Tomasz Aftański					
	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		0.0		20.0	50
Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest przybliżenie studentom zagadnień związanych z metodyką kształtowania zdolności motorycznych, wyposażenie w wiedzę, kompetencje i umiejętności niezbędne dla podstawowych ćwiczeń siłowych. Ćwiczenia praktyczne mają na celu zaznajomić studentów z zakresu form organizacji zajęć treningowych i opanowania umiejętności ich zastosowania w treningu w różnych sportach oraz planowanie i prowadzenie treningu siłowego z wykorzystaniem różnych środków treningowych. Dzięki czemu wzrośnie samoświadomość studentów w obszarze kultury fizycznej oraz dbania o zrównoważony rozwój psychofizyczny.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[ZSSML3_K06] Jest gotów do pracy w grupach, współtworzenia ich bądź zarządzania nimi. Potrafi myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy.	Student zna popularne i różnorodne formy treningu siłowego oraz jego znaczenie w przygotowaniu motorycznym.	[SK8] observation of student's independent or team work
	[ZSSML3_W14] Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu specyfiki funkcjonowania przedsiębiorstw na rynku sportu i innych podmiotów sportowych.	Student promuje społeczne i kulturowe znaczenie sportu i aktywności fizycznej.	[SW2] presentation/project/paper/report
	[ZSSML3_K07] Ma świadomość potrzeby dostosowania swojego zachowania i sposobu postępowania do odgrywanej w zespole roli.	Student ma poczucie odpowiedzialności za zdrowie i bezpieczeństwo własne oraz innych.	[SK8] observation of student's independent or team work
	[ZSSML3_U10] Posiada umiejętność przygotowywania prac pisemnych, prezentacji multimedialnych, dotyczących zagadnień szczegółowych w zakresie nauk o zarządzaniu i jakości ich przedstawiania oraz prowadzenia dyskusji w języku polskim i języku obcym.	Student potrafi stosować prawidłową metodykę nauczania w zakresie treningu przygotowania motorycznego i treningu siłowego.	[SU2] presentation/project/paper/report
	[ZSSML3_K02] Ma świadomość konieczności uzupełniania oraz poszerzania zdobytej wiedzy i umiejętności, stara się interdyscyplinarnie łączyć wiedzę z różnych dziedzin oraz dyscyplin nauki.	Student ma świadomość jak promować społeczne i kulturowe znaczenie sportu i aktywności fizycznej.	[SK6] demonstration of practical skills
	[ZSSML3_U07] Potrafi wyszukiwać niezbędne informacje w podejmowaniu racjonalnych decyzji o charakterze operacyjnym i strategicznym w przedsiębiorstwach funkcjonujących na rynku sportu i w innych podmiotach sportowych.	Student potrafi wykorzystywać wiedzę, aby pokazać technikę wykonania zadania ruchowego w treningu siłowym.	[SU2] presentation/project/paper/report
Treści przedmiotu	<ol style="list-style-type: none"> 1. Zapoznanie z metodyką kształtowania zdolności motorycznych. Struktura treningu sportowego. 2. Formy treningu. Ćwiczenia dostosowane w zależności od dyscypliny sportu. 3. Technika wykonywania poszczególnych ćwiczeń w kształtowaniu zdolności motorycznych. 4. Testy sprawności ogólnej i specjalnej w zależności od dyscypliny sportu. 5. Monitorowanie i kontrola procesu treningowego. Suplementacja. 6. Wstępna adaptacja ruchowa. Podstawy treningu siłowego. 7. Wzmacnianie mięśni posturalnych. Trening ogólnorozwojowy. 8. Trening ogólnorozwojowy upper body, lower body. 9. Ćwiczenia siłowe z wykorzystaniem konwencjonalnych i niekonwencjonalnych środków treningowych. 10. Przygotowanie do prowadzenia treningów siłowych z osobami w różnym wieku, z różnymi problemami zdrowotnymi. 		
Wymagania wstępne i dodatkowe	Brak		
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	kolokwium pisemne	51.0%	50.0%
	praca/prezentacja zaliczeniowa	51.0%	50.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bompa T.O. (1999) Periodization training for sport. Human Kinetics, Champaign, IL. 2. Naglak Z. (1999) Metodyka trenowania sportowca. AWF, Wrocław. 3. Sozański H. (red.) (1999) Podstawy teorii treningu. AWF, Warszawa. 4. <i>Starrett K.</i>, Cordoza G. (2015) Bądź sprawny jak lampart, Wyd. Galaktyka 5. Mc Gill S. (2019). Postaw na plecy, Wyd. Galaktyka 	

	Uzupełniająca lista lektur	<p>1. Ljach W. (2003), Kształtowanie zdolności motorycznych dzieci i młodzieży. COS Warszawa.</p> <p>2. Błaszczak J. (2010). Dietetyczne i suplementacyjne wspomaganie procesu treningowego. AWF Katowice.</p>
	Adresy eZasobów	
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania		
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy	

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Język angielski 3 , PG_00157101						
Kierunek studiów	Zarządzanie w sporcie - studia menedżerskie (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2025 r.		Rok akademicki realizacji przedmiotu		2026/2027		
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		angielski		
Semestr studiów	3		Liczba punktów ECTS		1.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki		Forma zaliczenia		zaliczenie		
Jednostka prowadząca	Rektor -> Prorektor ds. Studenckich i Jakości Kształcenia -> Centrum Języków Obcych -> Zespół lektorów języka angielskiego						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		mgr Agnieszka Błaszowska				
	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		10.0		15.0	55
Cel przedmiotu	Rozwijanie kompetencji językowych studenta w ramach poszczególnych sprawności: mówienie, czytanie, pisanie, słuchanie, tak aby odpowiadały one potrzebom akademickim, zawodowym i osobistym studentów, a także wymaganiom rynku pracy						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[ZSSML3_K09] Jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści, uznawania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych oraz zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu.	Ma świadomość ograniczenia własnej wiedzy oraz umiejętności i rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie, a także pogłębiania i uzupełniania nabytej wiedzy i umiejętności; wyznacza kierunki własnego rozwoju i uczenia się.	[SK1] oral statement/conversation/discussion [SK2] presentation/project/paper/report [SK3] text preparation/written work [SK5] implementation of a problem task [SK6] demonstration of practical skills [SK8] observation of student's independent or team work
	[ZSSML3_W15] Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu struktury gramatyczne i słownictwo w zakresie swojej specjalności w języku obcym na poziomie B2.	Zna i umie zastosować struktury gramatyczne i słownictwo w zakresie swojej specjalności w języku obcym na poziomie B2	[SW4] test/exam - oral or written [SW1] oral statement/conversation/discussion [SW2] presentation/project/paper/report [SW3] text preparation/written work
	[ZARZL3_W15] Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu struktury gramatyczne i słownictwo w zakresie swojej specjalności w języku obcym na poziomie B2.	Zna i umie zastosować struktury gramatyczne i słownictwo w zakresie swojej specjalności w języku obcym na poziomie B2	[SW4] test/exam - oral or written [SW1] oral statement/conversation/discussion [SW2] presentation/project/paper/report [SW3] text preparation/written work
	[ZARZL3_U11] Potrafi posługiwać się językiem obcym na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego.	Ma umiejętności językowe zgodne z wymaganiami określonymi dla poziomu B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego.	[SU1] oral statement/conversation/discussion [SU2] presentation/project/paper/report [SU4] test/exam - oral or written [SU6] demonstration of practical skills
	[ZARZL3_K09] Jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści, uznawania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych z zakresu dyscypliny nauk o zarządzaniu i jakości oraz zasięgania opinii ekspertów, w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu.	Ma świadomość ograniczenia własnej wiedzy oraz umiejętności i rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie, a także pogłębiania i uzupełniania nabytej wiedzy i umiejętności; wyznacza kierunki własnego rozwoju i uczenia się.	[SK1] oral statement/conversation/discussion [SK2] presentation/project/paper/report [SK3] text preparation/written work [SK5] implementation of a problem task [SK6] demonstration of practical skills [SK8] observation of student's independent or team work
	[ZSSML3_U11] Potrafi posługiwać się językiem obcym na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego.	Ma umiejętności językowe zgodne z wymaganiami określonymi dla poziomu B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego	[SU1] oral statement/conversation/discussion [SU2] presentation/project/paper/report [SU4] test/exam - oral or written [SU6] demonstration of practical skills
Treści przedmiotu	1. Język i umiejętności/kompetencje środowiska pracy w kontekście kierunku studiów, m.in.: <ul style="list-style-type: none"> rozmowy telefoniczne spotkania budowanie zespołu i praca zespołowa korrespondencja służbowa prezentacje negocjacje przygotowanie do procesu rekrutacyjnego komunikacja międzykulturowa 2. Elementy języka akademickiego i języka specjalistycznego danego kierunku studiów - razem nie więcej niż 30% 3. Powtórzenie i rozszerzenie materiału gramatycznego		
Wymagania wstępne i dodatkowe	Rekomendowana znajomość języka obcego minimum poziom B1 (według CEFR)		
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	Częstkowe zaliczenia pisemne i ustne, w tym praca własna studenta	51.0%	100.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	<ul style="list-style-type: none"> Dubicka, Iwonna, et al. Business Partner. Pearson, 2018. (poziomy od B1+ do C1) materiały wskazane przez lektora, w tym opracowania dostępne na stronie CJO 	

	Uzupełniająca lista lektur	<p>Materiały wskazane przez lektora, np.:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Podręczniki do Academic English • Duckworth Michael, et al., <i>Business Result</i> (2nd edition), Oxford University Press, 2018 • Allison John, et al., <i>The Business 2.0</i>, Macmillan, 2014 • MacKenzie Ian, <i>Financial English</i> (2nd edition), Cengage Learning, 2012
	Adresy eZasobów	
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania		
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy	

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Zachowania organizacyjne, PG_00156143						
Kierunek studiów	Zarządzanie w sporcie - studia menedżerskie (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2025 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu			2026/2027		
Poziom kształcenia	I stopnia - licencjackie	Grupa zajęć			Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów Grupa zajęć powiązanych z prowadzonymi badaniami naukowymi w dziedzinie nauki związanej z kierunkiem - profil ogólnoakademicki		
Forma studiów	stacjonarne	Sposób realizacji			na uczelni		
Rok studiów	2	Język wykładowy			polski		
Semestr studiów	3	Liczba punktów ECTS			4.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki	Forma zaliczenia			egzamin		
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Zarządzania -> Katedra Organizacji i Zarządzania -> Zakład Systemów Zarządzania						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot	dr inż. Dorota Jendza					
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	15.0	30.0	0.0	0.0	0.0	45
	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	45		6.0		49.0	100
Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest zrozumienie, jak ludzie funkcjonują w kontekście organizacyjnym, a także jak różne czynniki wpływają na ich zachowania, motywacje i efektywność.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[ZSSML3_K06] Jest gotów do pracy w grupach, współtworzenia ich bądź zarządzania nimi. Potrafi myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy.	Student potrafi współtworzyć i zarządzać grupami w organizacjach sportowych oraz myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy w dynamicznym środowisku sportowym.	[SK1] oral statement/conversation/discussion [SK2] presentation/project/paper/report [SK8] observation of student's independent or team work
	[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 potrafi analizować wpływ otoczenia i interesariuszy na zachowania organizacyjne w organizacjach związanych ze sportem oraz stosować zaawansowane metody diagnozowania czynników makro- i mikrootoczenia, aby optymalizować strategie zarządzania zespołami i organizacjami sportowymi.	[SW1] oral statement/conversation/discussion [SW2] presentation/project/paper/report [SW5] implementation of a problem task
	[ZSSML3_U05] Potrafi poprawnie wybrać i zastosować metody i narzędzia stosowane w naukach o zarządzaniu i jakości.	Student potrafi analizować i interpretować zachowania jednostek i grup w organizacjach sportowych oraz zastosować odpowiednie metody i narzędzia zarządzania do kształtowania efektywnej współpracy, motywacji i kultury organizacyjnej	[SU1] oral statement/conversation/discussion [SU2] presentation/project/paper/report [SU8] observation of student's independent or team work
	[ZSSML3_K08] Ma świadomość i rozumie potrzebę zachowywania się w życiu zawodowym w sposób etyczny, zrównoważony i społecznie odpowiedzialny.	Student rozumie znaczenie etyki, zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialności społecznej w zarządzaniu organizacjami sportowymi oraz potrafi podejmować decyzje zawodowe zgodne z tymi wartościami.	[SK1] oral statement/conversation/discussion [SK2] presentation/project/paper/report [SK8] observation of student's independent or team work
	[ZSSML3_W12] Zna i rozumie funkcje zarządzania i rolę kadry kierowniczej w ich realizacji.	Student zna i rozumie kluczowe funkcje zarządzania oraz potrafi ocenić rolę kadry kierowniczej w ich realizacji w kontekście organizacji sportowych.	[SW1] oral statement/conversation/discussion [SW2] presentation/project/paper/report
	[ZSSML3_U04] Potrafi zastosować zdobytą wiedzę z nauk o zarządzaniu i jakości w praktyce zawodowej.	Student wie w jaki sposób rozwiązywać praktyczne problemy zarządcze w organizacjach sportowych, w tym efektywnie zarządzać zespołami, poprawiać komunikację, budować kulturę organizacyjną oraz motywować pracowników i sportowców.	[SU1] oral statement/conversation/discussion [SU2] presentation/project/paper/report [SU8] observation of student's independent or team work
	[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 zna relacje zachodzące pomiędzy organizacjami, w tym różne formy współpracy i konkurencji na rynku, oraz relacje wewnętrzne w organizacji, szczególnie te dotyczące interakcji między pracownikami oraz pracownikami i liderem.	[SW1] oral statement/conversation/discussion [SW2] presentation/project/paper/report
	[ZSSML3_U03] Potrafi uwzględniać w procesie podejmowania decyzji jej skutki etyczne, społeczne i ekologiczne.	Student potrafi oceniać i uwzględniać skutki etyczne i społeczne decyzji zarządczych, analizując wpływ tych decyzji na pracowników, organizację i jej środowisko.	[SU1] oral statement/conversation/discussion [SU2] presentation/project/paper/report [SU8] observation of student's independent or team work
	[ZSSML3_K04] Ma świadomość konieczności rozstrzygania dylematów związanych z wykonywaniem zawodu. Prawidłowo je identyfikuje.	Student jest świadomy dylematów etycznych i zawodowych występujących w zarządzaniu w sporcie, potrafi je prawidłowo identyfikować oraz podejmować odpowiednie decyzje w zgodzie z zasadami etyki i odpowiedzialności społecznej.	[SK1] oral statement/conversation/discussion [SK2] presentation/project/paper/report [SK8] observation of student's independent or team work

Treści przedmiotu	1. Kulturowe uwarunkowania zachowań organizacyjnych 2. Klimat organizacji - sprawczy vs wspólnotowy i rola w kształtowaniu zachowań organizacyjnych 3. Rola przywództwa w kształtowaniu zachowań organizacyjnych 4. Rola dopasowania w relacji pracownik-organizacja (koncepcja ukierunkowania regulacyjnego) 5. Rola zespołu w kształtowaniu zachowań (procesy grupowe, dynamika międzygrupowa) 6. Osobowość członka organizacji i jej znaczenie w procesie kształtowania zachowań (cechy osobowościowe, temperament) 7. Zmiana zachowań organizacyjnych (poznawcza rola postrzegania zmiany - Model Lazarusa i Folkman, radzenie sobie z oporem podczas zmiany, warunki zaangażowania w zmianę)		
Wymagania wstępne i dodatkowe			
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	kolokwium	51.0%	60.0%
	opracowanie projektu	51.0%	40.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	1. U. Gros, Zachowania organizacyjne, PWN, Warszawa 2003 2. B. R. Kuc, J.M. Moczydłowska, Zachowania organizacyjne, Difin, Warszawa 2009 3. R. Rutka, P. Wróbel (red.) Organizacja zachowań zespołowych, PWE, Warszawa 2012.	
	Uzupełniająca lista lektur	1. B. Kożusznik, Zachowania człowieka w organizacji, PWE, warszawa 2011 2. Ł. Sułkowski, Kulturowe procesy zarządzania, Difin Warszawa 2012	
	Adresy eZasobów		
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	Zalety i wady przywództwa transformacyjnego i transakcyjnego. Opisz procesy zachodzące w grupach. Jak można definiować i charakteryzować osobowość członka organizacji?		
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy		

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Rynek sportu, PG_00156139						
Kierunek studiów	Zarządzanie w sporcie - studia menedżerskie (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2025 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu			2026/2027		
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_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] oral statement/conversation/discussion [SW2] presentation/project/paper/report
	[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] presentation/project/paper/report [SW3] text preparation/written work
	[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] oral statement/conversation/discussion
	[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] oral statement/conversation/discussion [SW3] text preparation/written work
	[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] text preparation/written work
	[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] oral statement/conversation/discussion [SW3] text preparation/written work
	[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] text preparation/written work
	[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] text preparation/written work

Treści przedmiotu	<p>PIERWSZY BLOK PROBLEMOWY UWARUNKOWANIA PEST RYNKU SPORTU</p> <p>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).</p> <p>WYBRANE METODY ANALIZY STRATEGICZNEJ NA POZIOMIE POTENCJAŁU SEKTORA SPORTOWEGO I ORGANIZACJI SPORTOWEJ</p> <p>1. Zarządzanie i planowanie strategiczne - korporacja <i>versus</i> 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</p>		
Wymagania wstępne i dodatkowe	brak		
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	kolokwium	51.0%	50.0%
	praca pisemna - projekt	51.0%	50.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>3. Antonowicz P. (2020), <i>Analiza makrootoczenia organizacji z wykorzystaniem modelu PEST - metodyka cyklicznego monitoringu otoczenia organizacji</i>, [w:] Antonowicz Paweł (red.): Zarządzanie rozwojem przedsiębiorstwa: interaktywny podręcznik z zakresu zarządzania: repozytorium case study dla studentów, Gdańsk.</p> <p>4. Antonowicz P., Antonowicz A., Skrzyniarz P., Pusiewicz M. (2018), <i>Integracja metodyczna PEST i SWOT w przeglądzie pakietu strategicznego na przykładzie spółki z sektora gazu ziemnego w Polsce - perspektywa strategiczna</i>, Zarządzanie i Finanse, Tom 4/2, s. 5-21.</p>	
	Uzupełniająca lista lektur	<p>1. Jedel J., Antonowicz P. (2018), <i>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</i>, Baltic Journal of Health and Physical Activity, vol. 10, nr 4, s.202-212.</p> <p>2. Antonowicz P., Kędzierska E., Pusiewicz M., (2017), <i>Model PEST uwarunkowań rozwoju rynku gazu w Polsce - benchmarking międzynarodowy</i>, [w:] Zarządzanie wartością w warunkach zmiany / Antonowicz P., Pisarewicz P., Nogal-Meger P. (red.), Gdańsk ; Sopot, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, s. 215-228.</p> <p>3. Hoye, R., Smith, A., Nicholson, M., & Stewart, B. (2018). Sport management: Principles and applications. Routledge Taylor & Francis Group.</p> <p>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.</p>	
	Adresy eZasobów		
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania			
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy		

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Rachunkowość i podatki w działalności sportowej , PG_00167150						
Kierunek studiów	Zarządzanie w sporcie - studia menedżerskie (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2025 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu			2026/2027		
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			6.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki	Forma zaliczenia			egzamin		
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Zarządzania -> Katedra Rachunkowości						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot	dr Jarosław Kujawski					
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	30.0	30.0	0.0	0.0	0.0	60
	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	60		4.0		61.0	125
Cel przedmiotu	1. A. Znajomość przepisów z zakresu rachunkowości oraz wskazanie odpowiednich przepisów prawnych i regulacji dotyczących poszczególnych jednostek prowadzących działalność sportową. 2. A. Klasyfikowanie i wycena składników do odpowiednich pozycji aktywów i pasywów bilansu. B. Klasyfikowanie przychodów i kosztów do odpowiednich segmentów działalności. C. Ustalanie wyniku finansowego w działalności sportowej 3. A. Ustalanie obciążeń podatkowych w działalności sportowej. 4. A. Sporządzanie sprawozdań w klubach sportowych w zależności od formy organizacyjno-prawnej. 5. A. Ustalanie marż z segmentów działalności operacyjnej klubu wielosekcyjnego. B. Identyfikacja ośrodków odpowiedzialności. C. Sporządzanie planów i analiz biznesowych w organizacji sportowej.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Effekt kierunkowy	Effekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[ZSSML3_K05] Jest gotów do dokonania właściwej oceny zjawisk oraz jasnego uzasadnienia swojego stanowiska poprzez racjonalny, logiczny i przedsiębiorczy sposób wykorzystania wiedzy - opierając swoje twierdzenia i decyzje na analizie otrzymywanych informacji.	Student jest gotów do dokonania właściwej oceny zjawisk oraz jasnego uzasadnienia swojego stanowiska poprzez racjonalny, logiczny i przedsiębiorczy sposób wykorzystania wiedzy, opierając swoje twierdzenia i decyzje na analizie otrzymywanych informacji.	[SK2] presentation/project/paper/report [SK4] test/exam - oral or written [SK5] implementation of a problem task
	[ZSSML3_U03] Potrafi uwzględniać w procesie podejmowania decyzji jej skutki etyczne, społeczne i ekologiczne.	W decyzjach zarządczych w dziedzinie sportu kieruje się również etyką, ekologią i aspektami społecznymi.	[SU2] presentation/project/paper/report [SU4] test/exam - oral or written [SU5] implementation of a problem task
	[ZSSML3_U07] Potrafi wyszukiwać niezbędne informacje w podejmowaniu racjonalnych decyzji o charakterze operacyjnym i strategicznym w przedsiębiorstwach funkcjonujących na rynku sportu i w innych podmiotach sportowych.	Student potrafi wyszukiwać niezbędne informacje w podejmowaniu racjonalnych decyzji w zarządzaniu klubem sportowym.	[SU2] presentation/project/paper/report [SU4] test/exam - oral or written [SU5] implementation of a problem task
	[ZSSML3_W03] Ma zaawansowaną wiedzę o formach organizacyjno-prawnych tworzenia i funkcjonowania przedsiębiorstw oraz klubów sportowych, a także rozwoju różnych form indywidualnej przedsiębiorczości w Polsce. Zna i rozumie podstawowe pojęcia prawne, zasady, normy oraz przepisy prawa, regulujące funkcjonowanie podmiotów gospodarczych i innych podmiotów związanych z rynkiem sportowym.	Student ma odpowiednią wiedzę o formach organizacyjno-prawnych zarządzania podmiotami sportowymi. Zna i rozumie podstawowe pojęcia prawne, zasady, normy oraz przepisy prawa, regulujące funkcjonowanie podmiotów sportowych	[SW4] test/exam - oral or written [SW2] presentation/project/paper/report [SW5] implementation of a problem task
	[ZSSML3_K02] Ma świadomość konieczności uzupełniania oraz poszerzania zdobytej wiedzy i umiejętności, stara się interdyscyplinarnie łączyć wiedzę z różnych dziedzin oraz dyscyplin nauki.	Student ma świadomość konieczności uzupełniania oraz poszerzania zdobytej wiedzy w dziedzinie zarządzania i sportu.	[SK2] presentation/project/paper/report [SK4] test/exam - oral or written [SK5] implementation of a problem task
	[ZSSML3_W06] Rozumie wpływ działalności gospodarczej na środowisko naturalne i społeczeństwo, a także wyzwania etyczne, jakie jej towarzyszą.	Student rozumie wpływ działalności gospodarczej i sportowej na środowisko naturalne i społeczeństwo, a także wyzwania etyczne, jakie jej towarzyszą.	[SW4] test/exam - oral or written [SW2] presentation/project/paper/report [SW5] implementation of a problem task
	[ZSSML3_K08] Ma świadomość i rozumie potrzebę zachowywania się w życiu zawodowym w sposób etyczny, zrównoważony i społecznie odpowiedzialny.	Student stosuje się do zasad etycznych w zarządzaniu podmiotem sportowym. Zachowuje się w sposób społecznie odpowiedzialny.	[SK2] presentation/project/paper/report [SK4] test/exam - oral or written [SK5] implementation of a problem task
	[ZSSML3_W11] Zna i rozumie zasady pozyskiwania i wykorzystania różnego rodzaju zasobów w realizacji celów rozwojowych przedsiębiorstwa i innych podmiotów rynku sportowego.	Student dobiera i wykorzystuje różne zasoby w zarządzaniu podmiotem sportowym.	[SW4] test/exam - oral or written [SW2] presentation/project/paper/report [SW5] implementation of a problem task
	[ZSSML3_U02] Potrafi poprawnie posługiwać się podstawowymi aktami prawnymi regulującymi sferę organizacji formalno-prawnej zakładania i funkcjonowania przedsiębiorstw i klubów sportowych w Polsce.	Student posługuje się podstawami prawa sportowego w zarządzaniu klubem sportowym.	[SU2] presentation/project/paper/report [SU4] test/exam - oral or written [SU5] implementation of a problem task

Treści przedmiotu	1. Formy organizacyjno-prawne w działalności sportowej a obowiązki w zakresie rachunkowości (trenerzy, sportowcy, kluby sportowe). 2. Podstawy rachunkowości klubu sportowego - spółki kapitałowe (spółki akcyjne, spółki z o.o.) stowarzyszenia (w tym rejestrowane w KRS), fundacje, uczniowskie kluby sportowe. 2.1. Kapitały własne i kapitały obce. Klasyfikacja, pomiar wartości, raportowanie. 2.2. Aktywa trwałe i aktywa obrotowe w klubach sportowych. Klasyfikacja, pomiar wartości, raportowanie. 2.3. Problemy wyceny aktywów z tytułu praw zawodniczych - na przykładach. 2.4. Przychody statutowe z tytułu: składek statutowych, opłat członkowskich, dotacji centralnych (w tym Ministerstwa Sportu), dotacji związków sportowych, dotacji od jednostek samorządu terytorialnego, dotacji i darowizn od sponsorów, darowizn osób prawnych, darowizn osób fizycznych, wpływów z tytułu OPP 1,5%, przychodów z działalności pożytku publicznego odpłatnej i nieodpłatnej, przychodów z działalności gospodarczej. 2.5. Koszty związane z otrzymanymi dotacjami, koszty operacyjne niezwiązane z otrzymanymi dotacjami, koszty działalności pożytku publicznego odpłatnej i nieodpłatnej, koszty ogólne (administracyjne). 2.6. Nakłady inwestycyjne. 2.7. Rozrachunki handlowe. 2.8. Rozrachunki publiczno-prawne. 2.9. Obrót bezgotówkowy i kasowy. 3. Opodatkowanie działalności sportowej podatek dochodowy od osób fizycznych, prawnych oraz podatek od wartości dodanej:- opodatkowanie trenerów i sportowców,- opodatkowanie klubów sportowych, ze szczególnym uwzględnieniem: zwolnień podatkowych, darowizn. 4. Sprawozdawczość klubów sportowych w zależności od formy organizacyjno-prawnej (stowarzyszenia, fundacje, spółki akcyjne). 5. Elementy rachunkowości zarządczej i zarządzania finansowego 5.1. Marżowy rachunek wielostopniowy dla klubów wielosekcyjnych (centra zysku i centra kosztów, sekcje sportowe jako segmenty operacyjne, infrastruktura jako centra zysku lub centra kosztów). 5.2. Analiza progu rentowności działalności sportowej. Analiza efektywności wykorzystania infrastruktury sportowej. 5.3. Budżetowanie operacyjne w działalności sportowej. 5.4. Podstawy biznes-planowania: założenia budżetowe tworzenia i rozwoju sekcji sportowych oraz inwestycji infrastrukturalnych.		
Wymagania wstępne i dodatkowe	-		
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	test pisemny	51.0%	100.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	1. Autorskie materiały dydaktyczne (wykładowe i ćwiczeniowe) prowadzących zajęcia 2. Ustawa z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości (Dz.U. z 1994 nr 121 poz. 591 z późn. zm.) 3. Ustawa z dnia 06 lipca 1991 o podatku dochodowym od osób fizycznych, Dz.U. z 2021 r. poz. 1128 z późn.zm 4. Ustawa z dnia 15.02.1992 r. o podatku dochodowym od osób prawnych, Dz. U. z 2021 r. poz. 1800 z późn.zm 5. Ustawa z dnia 20.11.1998 r. o zryczałtowanym podatku dochodowym od niektórych przychodów osiąganych przez osoby fizyczne, Dz. U. z 2022 r. poz. 2540, z późn.zm. 6. Ustawa z dnia 25.06.2010 r. o sporcie, Dz. U. z 2010 r. nr 127, poz. 857 7. Ustawa z dnia 24.04.2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie, Dz. U. z 2022 r. poz. 1327, z późn.zm. 8. Gierusz B., Podręcznik samodzielnej nauki księgowania, ODDK, Gdańsk [ostatnie wydanie]	
	Uzupełniająca lista lektur	1. Krajowe standardy rachunkowości 2. Materiały inne 3. Artykuły problemowe z portalu organizacji pozarządowych ngo.pl. 4. Raport Deloitte nt. klubów piłkarskich w Polsce	
	Adresy eZasobów		
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania			
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy		

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Badania marketingowe, PG_00167151						
Kierunek studiów	Zarządzanie w sporcie - studia menedżerskie (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2025 r.		Rok akademicki realizacji przedmiotu		2026/2027		
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		6.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki		Forma zaliczenia		egzamin		
Jednostka prowadząca							
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		dr hab. Kamila Migdał-Najman				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	30.0	30.0	0.0	0.0	0.0	60
	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	60		4.0		61.0	125
Cel przedmiotu	Student poznaje istotę i rolę badań marketingowych w zarządzaniu. Potrafi definiować ich cele, przedmiot, klasyfikację oraz etapy. Nabywa umiejętność teoretycznego i praktycznego planowania badań marketingowych.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[ZSSML3_U05] Potrafi poprawnie wybrać i zastosować metody i narzędzia stosowane w naukach o zarządzaniu i jakości.	Student potrafi właściwie dobierać i stosować metody oraz techniki badań marketingowych, rozumiejąc ich rolę w podejmowaniu decyzji strategicznych i operacyjnych. Zna różne typy badań (eksploracyjne, deskryptywne, przyczynowe), metody gromadzenia i analizy danych oraz potrafi ocenić jakość źródeł informacji, wykorzystując nowoczesne technologie i systemy informacji marketingowej (MIS). Umie zaplanować i przeprowadzić badanie marketingowe – od etapu projektowania, przez zbieranie i analizę danych, aż po przygotowanie raportu i komunikację wyników.	[SU2] presentation/project/paper/report
	[ZSSML3_K02] Ma świadomość konieczności uzupełniania oraz poszerzania zdobytej wiedzy i umiejętności, stara się interdyscyplinarnie łączyć wiedzę z różnych dziedzin oraz dyscyplin nauki.	Student dostrzega konieczność ciągłego poszerzania wiedzy i doskonalenia umiejętności w zakresie badań marketingowych, zdając sobie sprawę z dynamicznych zmian i rosnących wymagań rynku. Aktywnie integruje wiedzę z różnych dziedzin, stosując interdyscyplinarne podejście do analizy rynkowej. Dzięki temu potrafi elastycznie i efektywnie reagować na złożone wyzwania marketingowe oraz wspierać proces podejmowania decyzji biznesowych opartych na rzetelnych badaniach.	[SK2] presentation/project/paper/report [SK4] test/exam - oral or written
	[ZSSML3_W01] Ma zaawansowaną wiedzę w zakresie dyscypliny nauk o zarządzaniu i jakości oraz rozumie jej powiązania z innymi naukami społecznymi.	Student dysponuje pogłębioną wiedzą z obszaru zarządzania i jakości, rozumiejąc kluczowe zasady, metody oraz narzędzia stosowane w tych dziedzinach. Potrafi efektywnie łączyć tę wiedzę z innymi naukami społecznymi, takimi jak ekonomia, socjologia czy psychologia, co pozwala na holistyczne podejście do rozwiązywania problemów organizacyjnych. Wykorzystuje różnorodne metody badawcze, takie jak wywiad, obserwacja czy eksperyment, aby analizować złożone procesy zarządcze i jakościowe w różnych kontekstach społeczno-ekonomicznych, wspierając tym samym podejmowanie świadomych i efektywnych decyzji.	[SW4] test/exam - oral or written
	[ZSSML3_W11] Zna i rozumie zasady pozyskiwania i wykorzystania różnego rodzaju zasobów w realizacji celów rozwojowych przedsiębiorstwa i innych podmiotów rynku sportowego.	Student posiada wszechstronną wiedzę na temat pozyskiwania i efektywnego wykorzystywania różnorodnych zasobów niezbędnych do realizacji celów rozwojowych firm oraz innych uczestników rynku sportowego. Obejmuje to zrozumienie zasobów finansowych, ludzkich, technologicznych oraz informacyjnych, a także umiejętność ich strategicznego zarządzania w celu zwiększenia konkurencyjności i wspierania zrównoważonego rozwoju w dynamicznym otoczeniu branży sportowej.	[SW4] test/exam - oral or written

	<table><tr><th>Efekt kierunkowy</th><th>Efekt z przedmiotu</th><th>Sposób weryfikacji i oceny efektu</th></tr><tr><td>[ZSSML3_K05] Jest gotów do dokonania właściwej oceny zjawisk oraz jasnego uzasadnienia swojego stanowiska poprzez racjonalny, logiczny i przedsiębiorczy sposób wykorzystania wiedzy - opierając swoje twierdzenia i decyzje na analizie otrzymywanych informacji.</td><td>Student potrafi trafnie ocenić zjawiska rynkowe i konsumenckie, wykorzystując dostępne dane oraz wyniki badań marketingowych. Potrafi krytycznie analizować informacje, identyfikować kluczowe trendy oraz czynniki wpływające na zachowania konsumentów i dynamikę rynku. Na tej podstawie potrafi formułować logiczne i dobrze uzasadnione stanowiska, które wspierają podejmowanie skutecznych decyzji marketingowych i biznesowych. Dzięki temu jego oceny mają praktyczne zastosowanie w planowaniu strategii oraz optymalizacji działań rynkowych.</td><td>[SK2] presentation/project/paper/report [SK4] test/exam - oral or written</td></tr></table>	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu	[ZSSML3_K05] Jest gotów do dokonania właściwej oceny zjawisk oraz jasnego uzasadnienia swojego stanowiska poprzez racjonalny, logiczny i przedsiębiorczy sposób wykorzystania wiedzy - opierając swoje twierdzenia i decyzje na analizie otrzymywanych informacji.	Student potrafi trafnie ocenić zjawiska rynkowe i konsumenckie, wykorzystując dostępne dane oraz wyniki badań marketingowych. Potrafi krytycznie analizować informacje, identyfikować kluczowe trendy oraz czynniki wpływające na zachowania konsumentów i dynamikę rynku. Na tej podstawie potrafi formułować logiczne i dobrze uzasadnione stanowiska, które wspierają podejmowanie skutecznych decyzji marketingowych i biznesowych. Dzięki temu jego oceny mają praktyczne zastosowanie w planowaniu strategii oraz optymalizacji działań rynkowych.	[SK2] presentation/project/paper/report [SK4] test/exam - oral or written				
Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu									
[ZSSML3_K05] Jest gotów do dokonania właściwej oceny zjawisk oraz jasnego uzasadnienia swojego stanowiska poprzez racjonalny, logiczny i przedsiębiorczy sposób wykorzystania wiedzy - opierając swoje twierdzenia i decyzje na analizie otrzymywanych informacji.	Student potrafi trafnie ocenić zjawiska rynkowe i konsumenckie, wykorzystując dostępne dane oraz wyniki badań marketingowych. Potrafi krytycznie analizować informacje, identyfikować kluczowe trendy oraz czynniki wpływające na zachowania konsumentów i dynamikę rynku. Na tej podstawie potrafi formułować logiczne i dobrze uzasadnione stanowiska, które wspierają podejmowanie skutecznych decyzji marketingowych i biznesowych. Dzięki temu jego oceny mają praktyczne zastosowanie w planowaniu strategii oraz optymalizacji działań rynkowych.	[SK2] presentation/project/paper/report [SK4] test/exam - oral or written									
Treści przedmiotu	<p>Wprowadzenie do badań marketingowych nowoczesne podejście. Istota i znaczenie badań marketingowych we współczesnym zarządzaniu. Definicje i ewolucja badań marketingowych w dobie cyfryzacji i globalizacji. Rola badań w podejmowaniu decyzji strategicznych i operacyjnych w dynamicznym otoczeniu biznesowym. Integracja badań z procesami digitalizacji i automatyzacji zarządzania. Klasyfikacja i funkcje badań marketingowych. Rodzaje badań: eksploracyjne, deskryptywne, przyczynowe oraz badania oparte na danych big data i analizie predykcyjnej. Zastosowanie badań w kluczowych obszarach marketingu: segmentacja rynku, analiza konkurencji, doświadczenie klienta (CX), testowanie produktów i kampanii digitalowych. Przykłady wdrożeń w praktyce biznesowej opartej na analizie dużych zbiorów danych i sztucznej inteligencji. Użytkownicy i źródła danych w badaniach marketingowych. Grupy odbiorców: menedżerowie, działy marketingu, sprzedaży, partnerzy biznesowi oraz dział analityki danych. Źródła informacji: dane pierwotne i wtórne, bazy danych, raporty branżowe, media społecznościowe, dane z platform e-commerce, IoT. Znaczenie jakości danych i jej wpływ na wiarygodność i trafność badań. Rozwój i trendy w badaniach marketingowych. Przegląd historyczny i najnowsze trendy: big data, AI, machine learning, analityka predykcyjna, automatyzacja procesów badawczych. System informacji marketingowej (MIS) w erze cyfrowej: struktura, funkcjonowanie, integracja z CRM i ERP. Znaczenie MIS dla podejmowania szybkich, opartych na danych decyzji marketingowych. Organizacja i etapy badania marketingowego w nowoczesnym środowisku. Etap 1: Projektowanie badania. Definiowanie problemu badawczego z uwzględnieniem analizy otoczenia rynkowego i trendów technologicznych. Ustalanie celów, zadań i hipotez badawczych. Nowoczesne metody doboru próby: techniki probabilistyczne i nieprobabilistyczne oraz dobór próby z wykorzystaniem algorytmów i sztucznej inteligencji. Etap 2: Gromadzenie danych. Nowoczesne metody zbierania danych: digital surveys, monitoring social media, mobile research, analiza danych z systemów CRM. Różnice i zastosowanie danych pierwotnych i wtórnych, ocena ich jakości i przydatności. Projektowanie kwestionariuszy i narzędzi badawczych z wykorzystaniem narzędzi online i automatyzacji (np. chatboty). Czynniki wpływające na jakość danych: precyzja, rzetelność, minimalizacja błędów pomiaru dzięki zaawansowanym technikom kontroli jakości. Etap 3: Analiza i interpretacja danych. Techniki redukcji danych i wizualizacji (np. dashboardy, interaktywne raporty). Zaawansowane metody analizy statystycznej. Interpretacja wyników z uwzględnieniem kontekstu rynkowego i trendów technologicznych. Przygotowanie raportów badawczych dostosowanych do różnych odbiorców, z naciskiem na komunikację wizualną i storytelling danych.</p>										
Wymagania wstępne i dodatkowe	Znajomość podstawowych pojęć z zakresu marketingu, zarządzania marketingowego i statystyki.										
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	<table><tr><th>Sposób oceniania (składowe)</th><th>Próg zaliczeniowy</th><th>Składowa oceny końcowej</th></tr><tr><td>Projekt semestralny</td><td>51.0%</td><td>50.0%</td></tr><tr><td>Egzamin pisemny</td><td>51.0%</td><td>50.0%</td></tr></table>	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej	Projekt semestralny	51.0%	50.0%	Egzamin pisemny	51.0%	50.0%	
Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej									
Projekt semestralny	51.0%	50.0%									
Egzamin pisemny	51.0%	50.0%									
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	<p>Churchill G.A., Badania marketingowe. Podstawy metodologiczne, PWN, Warszawa 2002,</p> <p>Duliniec E., Badania marketingowe w zarządzaniu przedsiębiorstwem, PWN, Warszawa 2002,</p> <p>Mazurek-Łopacińska Krystyna, Badania marketingowe, Teoria i praktyka, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2005,</p> <p>Mazurek-Łopacińska Krystyna, Badania marketingowe, podstawowe metody i obszary zastosowań, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu, Wrocław, 1997.</p>									

	Uzupełniająca lista lektur	<p>Kędzior Z., Karcz K., Badania marketingowe w praktyce, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa, 1996</p> <p>Szreder M., Metody i techniki sondażowych badań opinii, PWE, Warszawa 2004</p> <p>Kowal J., Metody statystyczne w badaniach sondażowych rynku, PWN, 1998</p> <p>Malarska A., Statystyczna analiza danych wspomagana programem SPSS, SPSS Polska, Kraków, 2005</p> <p>Dobosz M., Wspomagana komputerowo statystyczna analiza wyników badań, Akademicka Oficyna Wydawnicza EXIT, Warszawa 2001</p> <p>Mynarski S., Praktyczne metody analizy danych rynkowych i marketingowych, Kantor Wydawniczy Zakamycze 2000</p> <p>Pieczkolan R., Informacja marketingowa, PWE, Warszawa 2005, Walesiak M., Metody analizy danych marketingowych, PWN, Warszawa, 1996</p> <p>Rószkiewicz M., Metody ilościowe w badaniach marketingowych, PWN, Warszawa, 2002, Pocięcha J., Metody statystyczne w badaniach marketingowych, PWN, Warszawa, 1996</p>
	Adresy eZasobów	
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania		
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy	

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.