

Vysoká škola: Žilinská univerzita v Žiline	
Fakulta: Fakulta riadenia a informatiky	
Kód predmetu: 6BM0025	Názov predmetu: športový manažment (ŠP)
Povinnosť predmetu: Povinne voliteľný; Ukončenie: Skúška	
Profilový predmet: - Predmet jadra: áno	
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností:	
Týždenný počet hodín výučby vo forme prednášky, cvičenia, semináre, klinickej praxe	Prednášky: 2 hodín Cvičenia: 2 hodín Lab.cvičenia 0 hodín
Metóda, akou sa vzdelávacia činnosť uskutočňuje	Výučba sa uskutočňuje prezenčne
Metódy dosiahnutia výsledkov vzdelávania	Prednášky: prednášky s výkladom, interaktívne prednášky s diskusiou, metóda otázok a odpovedí, motivačné rozprávanie, vysvetľovanie, prednáška s podporou multimédií, brainstorming Cvičenia: motivačný rozhovor, pochvala, povzbudenie, poskytovanie spätnej väzby, vysvetľovanie, diskusia v skupine, problémové vyučovanie; prípadové štúdie; praktické precvičenie učiva z prednášok; opakovací rozhovor, príprava zadaní, riešenie problémov, príprava samostatnej práce študentov s odbornou literatúrou/samoštúdia s využitím techniky, hodnotenie skupiny.
Počet kreditov: 5	
Záťaž študenta: 125 hodín; z toho priama výučba: 52 hodín, práca na projektoch: 58 hodín, individuálne štúdium: 15 hodín	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: letný, 2. ročník	
Stupeň štúdia: 1	
Podmieňujúce predmety: Prerekvizity: Korekvizity:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Priebežné hodnotenie: Body v priebežnom hodnotení (50) môže študent získať nasledovne: 35 bodov za vypracovanie semestrálnej práce 10 bodov za prezenátciu semestrálnej práce 5 bodov za aktiviú na cvičeniach Pre prihlásenie sa na skúšku musí študent dosiahnuť najmenej 30.5 bodov Záverečné hodnotenie: Skúška (50) (test, odpovede na otázky) Aby študent úspešne absolvoval skúšku, musí v priebežnom hodnotení získať aspoň 30,5 bodov a v záverečnom hodnotení taktiež aspoň 30,5 bodov. Skúška je písomná. Obsahuje kombináciu otvorených a uzavretých otázok. Je možné získať max. 50 bodov. Hodnotenie: · A výborne: 93 až 100 % · B veľmi dobre: 85 až 92 %	

- C dobre: 77 až 84 %
- D uspokojivo: 69 až 76 %
- E dostatočne: 61 až 68 %
- FX nedostatočne: menej ako 61 %

Formy a metódy hodnotenia	Váha %	Oblasť vedomostí, zručností, kompetentností
Priebežne testovanie a aktivita na cvičeniach	10	
Semestrálna práca a jej prezentácia	40	
Písomná skúška	50	

Výsledky vzdelávania:

Študent po skončení predmetu:

- pozná špecifiká športového prostredia,
- chápe unikátne prístupy riadenia športových organizácií a kľúčové väzby medzi zainteresovanými stranami v tomto prostredí;
- vie vypracovať stratégiu športovej organizácie
- dokáže prijímať vhodné manažérske rozhodnutia vzhľadom na špecifiká športového prostredie a potreby zainteresovaných strán.

Stručná osnova predmetu:

- Športový manažment a športové prostredie
- Zainteresované strany v športe
- Princípy strategického marketingu a marketingovej komunikácie aplikované v športe
- Prístupy strategickej udržateľnosti športovej organizácie
- Vybrané domáce a zahraničné prípadové štúdie športových organizácií

Odporúčaná literatúra:

Varmus, M., Ferenc, P., Kubina, M. (2019) Manažment športových organizácií : významné zainteresované strany - 1. vyd. - Zilina : Žilinská univerzita, 2019. ISBN 978-80-554-1570-3

Varmus, M., Kubina, M., Adamik, R., (2021) Strategic Sport Management Sustainability of Sports Club. Springer, 2021. ISBN 978-3-030-66732-0

Hallmann, K. and Petry, K. (2013). Comparative Sport Development. New York. Imprint: Springer.

Hoye, R., Smith, A.C.T., Nicholson, M., Stewart, B., Westerbeek, H. (2012) Sport Management. Principles and applications. Routledge, London. ISBN 978-0-415- 50070-8.

Masteralexis, L., Barr, C. and Hums, M. (2015). Principles and Practice of Sport Management. 5th ed. Burlington: Jones & Barlett Learning.

Mullin, B., Hardy, S., Sutton, W.: Sport Marketing (3rd ed.). Champaign, IL: Human Kinetics, 2007.

Robinson, M., J. (2010) Sport Club Management. Human Kinetics. Champaign USA. ISBN 0-7360-7596-8

Vodák, J., Soviar, J., Varmus, M. (2016). Marketing vybrané kapitoly.

Belch, G. E., Belch, M. A. (2011). Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective. McGraw-Hill/Irwin. 9th edition.

Clow, K. E., Baack, D. (2013). Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications. Prentice Hall. 6 edition.

Novotný, J. a kolektív. Sport v ekonomice. (2011) Wolters Kluwer ISBN 978-80-7357-666-0

Kotler, P., Keller, K. L. (2013). Marketing management. 14. vydání. Praha: Grada

Ďalšia odporúčaná literatúra a vedecké/odborné články z danej oblasti.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský

Poznámky:

Hodnotenie predmetov:

Celkový počet hodnotených študentov: 0

A	B	C	D	E	FX
---	---	---	---	---	----

0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
Vyučujúci: Prednášky: doc. Ing. Michal Varmus, PhD. Cvičenia: doc. Ing. Michal Varmus, PhD.					
Dátum poslednej zmeny: 2022-08-02 13:32:38.887					
Garant predmetu: doc. Ing. Michal Varmus, PhD.					
Schválil: doc. Ing. Viliam Lendel, PhD. (garant ŠP)					