

Popis předmětu

Zkratka předmětu:	KPM/ZEMM	Strana:	1 / 4
Název předmětu:	Základy ekonomie, managementu a mtg.		
Akademický rok:	2023/2024	Tisknuto:	27.05.2024 09:39

Pracoviště / Zkratka	KPM / ZEMM			Akademický rok	2023/2024
Název	Základy ekonomie, managementu a mtg.			Způsob zakončení	Zkouška
Název dlouhý	Základy ekonomie, managementu a marketingu				
Akreditováno/Kredity	Ano, 5 Kred.			Forma zakončení	Písemná
Rozsah hodin	Přednáška 2 [HOD/TYD] Seminář 2 [HOD/TYD]				
Obs/max	Statut A	Statut B	Statut C	Zápočet před zkouškou	ANO
Letní semestr	0 / -	0 / -	0 / -	Počítán do průměru	ANO
Zimní semestr	18 / -	0 / -	0 / -	Min. (B+C) studentů	10
Rozvrh	Ano			Opakovaný zápis	NE
Vyučovací jazyk	Čeština			Vyučovaný semestr	Zimní semestr
Volně zapisovatelný předmět	Ano			Počet dnů praxe	0
Hodnotící stupnice	1 2 3 4			Hodn. stup. zp. před zk.	S N
Počet hodin kontaktní					
Automat. uzn. záp. před zk.	Ano v případě předchozího hodnocení 4 nebo nic.				
Periodicita	K				
Nahrazovaný předmět	Žádný				
Vyloučené předměty	Nejsou definovány				
Podmiňující předměty	Nejsou definovány				
Předměty informativně doporučené	Nejsou definovány				
Předměty, které předmět podmiňuje	Nejsou definovány				

Cíle předmětu (anotace):

Poskytnout základní přehled o významu ekonomiky, managementu a marketingu v oblasti tělesné výchovy a sportu.

Požadavky na studenta

Požadavky na zápočet:

- aktivní účast studentů na seminářích,
- odevzdání seminářních prací a jejich prezentace na seminářích ve stanoveném termínu.

Témata seminářních prací budou sdělena na seminářích a budou odpovídat jednotlivým tématům přednášek.

Požadavky na zkoušku:

Zkouška je písemná. Vzor zadání písemné zkoušky bude uveden v Courseware.

Hodnocení písemné zkoušky (max. 100 bodů):

- 89 - 100 výborně,
- 76 - 88 velmi dobře,
- 65 - 75 - dobře,
- 64 a méně - nevyhověl.

Obsah

Podstata podnikání. Možnosti podnikání v oblasti TVS - právní úprava podnikání, okolí podniku.

Typologie právních forem podnikání.

Financování podniků, efektivnost podniku a její kategorie (náklady podniku, výnosy, zisk, analýza bodu zvratu).

Majetková a kapitálová struktura podniku / sportovního klubu - rozvaha.

Podnikatelský plán.

Strategické řízení podniků a sportovních klubů. Management. Sportovní management.

Podstata marketingu, trh a cílený marketing.

Marketing a sport. Marketingový informační systém a výzkum trhu.

Výrobek a jeho životní cyklus.
 Komunikace a stimulování prodeje. Sportovní reklama.
 Cena a cenová politika.
 Distribuce výrobků.
 Sponzoring v oblasti TVS.

Studijní opory

Garanti a vyučující

- **Garanti:** Ing. Mgr. Petra Skálová, Ph.D. (100%)
- **Přednášející:** Ing. Mgr. Petra Skálová, Ph.D. (100%)
- **Vede seminář:** Ing. Mgr. Petra Skálová, Ph.D. (100%)

Literatura

- **Základní:** Novotný, Jiří. *Ekonomika sportu : vybrané kapitoly*. Vyd. 2. Praha : Oeconomica, 2009. ISBN 978-80-245-1521-2.
- **Základní:** Čáslavová, Eva. *Management v tělesné výchově a sportu : (vybrané kapitoly)*. 2. vyd. Praha : Karolinum, 2007. ISBN 978-80-246-0050-5.
- **Základní:** Kotler, Philip; Keller, Kevin Lane. *Marketing management*. 14. vyd. Praha : Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4150-5.
- **Základní:** Synek, Miloslav. *Podniková ekonomika*. 5., pĚprac. a dopl. vyd. V Praze : C.H. Beck, 2010. ISBN 978-80-7400-336-3.
- **Základní:** Hobza, Vladimír; Rektořík, Jaroslav. *Základy ekonomie sportu*. Praha : Ekopress, 2006. ISBN 80-86929-04-3.
- **Doporučená:** Slavík, Jakub. *Marketing a strategické řízení ve veřejných službách : jak poskytovat zákaznický orientované veřejné služby*. 1. vyd. Praha : Grada, 2014. ISBN 978-80-247-4819-1.
- **Doporučená:** Hannagan, Tim J. *Marketing pro neziskový sektor*. Praha : Management Press, 1996. ISBN 80-85943-07-7.
- **Doporučená:** Vlaštíková, Miroslava. *Marketing služeb : efektivně a moderně*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha : Grada Publishing, 2014. ISBN 978-80-247-5037-8.
- **Doporučená:** Foret, Miroslav. *Marketingová komunikace*. 3., aktualiz. vyd. Brno : Computer Press, 2011. ISBN 978-80-251-3432-0.
- **Doporučená:** Foret, Miroslav. *Marketingový průzkum : poznáváme svoje zákazníky*. 2., aktualiz. vyd. Brno : BizBooks, 2012. ISBN 978-80-2650-038-4.

Časová náročnost

Všechny formy studia

Aktivita	Časová náročnost aktivity [h]
Vypracování seminární práce v bakalářském studijním programu [5-40]	30
Kontaktní výuka	52
Příprava na zkoušku [10-60]	40
Příprava prezentace (referátu) [3-8]	8
Celkem:	130

Hodnotící metody

Odborné znalosti - odborné znalosti dosažené studiem předmětu jsou ověřovány hodnotícími metodami:

Písemná zkouška,
 Seminární práce,

Individuální prezentace,

Odborné dovednosti - odborné dovednosti dosažené studiem předmětu jsou ověřovány hodnoticími metodami:

Seminární práce,

Obecné způsobilosti - obecné způsobilosti dosažené studiem předmětu jsou ověřovány hodnoticími metodami:

Písemná zkouška,

Předpoklady

Odborné znalosti - pro úspěšné zvládnutí předmětu se předpokládá, že je student před zahájením výuky schopen:

žádné

Odborné dovednosti - pro úspěšné zvládnutí předmětu se předpokládá, že student před zahájením výuky dokáže:

žádné

Obecné způsobilosti - před zahájením studia předmětu je student schopen:

bc. studium: své učení a pracovní činnost si sám plánuje a organizuje,

Vyučovací metody

Odborné znalosti - pro dosažení odborných znalostí jsou užívány vyučovací metody:

Přednáška založená na výkladu,

Seminární výuka (diskusní metody),

Samostatná práce studentů,

Prezentace práce studentů,

Odborné dovednosti - pro dosažení odborných dovedností jsou užívány vyučovací metody:

Samostatná práce studentů,

Obecné způsobilosti - pro dosažení obecných způsobilostí jsou užívány vyučovací metody:

Seminární výuka (diskusní metody),

Výsledky učení

Odborné znalosti - po absolvování předmětu prokazuje student znalosti:

používat základní ekonomické pojmy

identifikovat hlavní kategorie a typy společností

využívat hlavní manažerskou a marketingovou terminologii

specifikovat marketingový mix a jeho jednotlivé složky

Odborné dovednosti - po absolvování předmětu prokazuje student dovednosti:

využívat vhodné nástroje a metody při řízení sportovních organizací

vybrat vhodné nástroje marketingového mixu při řízení společnosti v oblasti sportu a při řízení marketingových aktivit

Obecné způsobilosti - po absolvování předmětu je student schopen:

bc. studium: samostatně a odpovědně se na základě rámcového zadání rozhodují v souvislostech jen částečně známých,

Předmět je zařazen do studijních programů:

Studijní program	Typ stud.	Forma stud.	Obor	Etapa V.st.pl.		Rok	Blok	Statut	D.roč.	D.sem.
Tělesná výchova a sport	Bakalářský	Prezenční	Tělesná výchova a sport	1	2020	2023	Povinné předměty	A	2	ZS
Tělesná výchova a sport	Bakalářský	Prezenční	Tělesná výchova a sport	1	2021	2023	Povinné předměty	A	2	ZS
Tělesná výchova a sport	Bakalářský	Prezenční	Tělesná výchova a sport	1	2022	2023	Povinné předměty	A	2	ZS
Tělesná výchova a sport	Bakalářský	Prezenční	Tělesná výchova a sport	1	2023	2023	Povinné předměty	A	2	ZS
Tělesná výchova a sport	Bakalářský	Prezenční	Tělesná výchova a sport	1	16	2023	Povinné předměty	A	2	ZS

Studijní program	Typ stud.	Forma stud.	Obor	Etapa	V.st.pl.	Rok	Blok	Statut	D.roč.	D.sem.
Tělesná výchova a sport	Bakalářský	Prezenční	Tělesná výchova a sport	1	17	2023	Povinné předměty	A	2	ZS
Tělesná výchova a sport	Bakalářský	Prezenční	Tělesná výchova a sport	1	18	2023	Povinné předměty	A	2	ZS
Tělesná výchova a sport	Bakalářský	Prezenční	Tělesná výchova a sport	1	19	2023	Povinné předměty	A	2	ZS