

UČNI NAČRT PREDMETA/COURSE SYLLABUS

Predmet:	Osnove managementa v športu
Course title:	Basics of management in sport

Študijski programi in stopnja	Študijska smer	Letnik	Semestri
Športno treniranje, prva stopnja, univerzitetni	Ni členitve (študijski program)	3. letnik	Letni

Univerzitetna koda predmeta/University course code: 1207

Predavanja	Seminar	Vaje	Klinične vaje	Druge oblike študija	Samostojno delo	ECTS
30	30	15			75	5

Nosilec predmeta/Lecturer: prof. dr. Jakob Bednarik

Vrsta predmeta/Course type: obvezni/compulsory

Jeziki/Languages:	Predavanja/Lectures:	Slovenščina
	Vaje/Tutorial:	Slovenščina

Pogoji za vključitev v delo oz. za opravljanje študijskih obveznosti: Prerequisites:

Pogoj za pristop k izpitu je opravljen seminar. Prerequisite for exam is concluded seminar work.

Vsebina:	Content (Syllabus outline):
1. Šport in globalizacija 2. Uvod v management športnih organizacij 3. Pomen in značilnosti trženja v športu 4. Sponzorstvo v športu 5. Obnašanje športnih porabnikov 6. Ravnanje z ljudmi v športu 7. Trženske strategije v športu 8. Organiziranost športa doma in v svetu 9. Organizacija športnih prireditev 10. Financiranje športnih organizacij 11. Politika športa 12. Šport in posamezna področja prava 13. Osnove podjetništva 14. Podjetništvo v športu 15. Poslovni načrt v športu	1. Sport and globalization 2. Introduction to management of sport organizations 3. Meaning and characteristics of marketing in sport 4. Sponsorship in sport 5. Behavior of clients in sport 6. Human resource management in sport 7. Marketing strategies in sport 8. Organization of sport at home and abroad 9. Organizing sport events 10. Financing of sport organizations 11. Sport politics 12. Sport and specific areas of law 13. Basics of entrepreneurship 14. Entrepreneurship in sport 15. Business plan in sport

Temeljna literatura in viri/Readings:

- Šugman, R. s sod. (2006): Športni management. Ljubljana: Fakulteta za šport.
- Taylor, T., Doherty, A., McGraw, P. (2008). Managing people in sport organizations: a strategic human resource managmenet perspective. Oxford: Elsevier.
- Shank, M. (2005): Sports Marketing: A Strategic Perspective, 3rd ed, Prentice Hall,.
- Andreff, W., Szymanski, S. (2006). Handbook on the economics of sport. Cheltenham: Elgar.
- Bednarik, J. s sod. (2007). Priloga revije Šport, 55(2).
- Jurak, G. s sod. (2010). Predlog Nacionalnega programa športa v Republiki Sloveniji 2011-2020. Šport, 58(1-2), 133-172.
- Antončič, B., Hisrich, R., Petrin, T., Vahčič, A. (2002). Podjetništvo. Ljubljana: GV založba.

Cilji in kompetence:	Objectives and competences:
<p>1. Spoznati osnove sodobnega managementa in njegovega vpliva na odločanje v športu, športnih dejavnostih in organizacijah</p> <p>2. Razumeti posebnosti trženja v športu (sponzorstvo, donatorstvo, trženje dogodkov itd.)</p> <p>3. Spoznati organizacijo športa doma in v svetu</p> <p>4. Spoznati osnove organizacije športnih dogodkov</p> <p>5. Spoznati načela financiranja športnih organizacij</p> <p>6. Spoznati politiko športa doma in v svetu</p> <p>7. Spoznati pravno in drugo normativno urejanje športa doma in v svetu</p> <p>8. Seznaniti s pojmi podjetništva in nekaterimi možnimi oblikami podjetništva v športu</p> <p>9. Seznaniti s poslovnimi orodji za analizo in načrtovanje poslovanja športne organizacije</p> <p>10. Uspesobiti za pripravo enostavnega poslovnega načrta za preverjanje poslovne zamisli na področju športa</p> <p>Predmetno specifične kompetence:</p> <p>11. Razviti kritično presojanje študijske literature in praktičnih primerov ter razviti sposobnosti in znanja konceptualizacije in reševanja kompleksnih izzivov managementa</p> <p>12. Razviti sposobnosti uporabe trženskih konceptov in orodij v športnih dejavnostih in organizacijah</p> <p>13. Uporaba pridobljenih znanj in poslovnih orodij za načrtovanje realizacije poslovne zamisli na področju športa</p>	<p>1. To realize the basics of contemporary management and its influence on decision making in sport, sport activities and organizations</p> <p>2. To understand the specifics of sport marketing (sponsorship, donations, mearketing of events etc.)</p> <p>3. To realize the organization of sport at home and abroad</p> <p>4. To realize the basics of oranizing sport events</p> <p>5. To realize the principles of financing sport organizations</p> <p>6. To realize sport policy at home and abroad</p> <p>7. To realize legislative and other normative regulation of sport at home and abroad</p> <p>8. To get acquainted with the concepts of entrepreneurship and some possible forms of entrepreneurship in sport</p> <p>9. To realize business tools for analysis and planning of sport organization functioning</p> <p>10. To qualify students for preparation of simple business plan for establishing business idea in sport</p> <p>Competences:</p> <p>11. To develop critical view of studied literature and practical examples, and develop the capabilities and knowledge for conceptualization and solving of complex challenges of management</p> <p>12. To develop the capabilities for the use of marketing concepts and tools in sport events and organizations</p> <p>13. Use of acquired knowledge and business tools for pleanning of realization of a business idea in sport</p>

Predvideni študijski rezultati:	Intended learning outcomes:
<p>Znanje in razumevanje:</p> <ul style="list-style-type: none"> Študenti pridobjijo osnovna znanja o managementu športnih organizacij in trženja v športu, pregled nad organizacijo športa in pravnim urejanjem športa, razumevanje pojmov podjetništva in poznavanje poslovnih orodij za analizo in načrtovanje poslovanja športne organizacije. Pri tem dosežejo razumevanje konceptov in orodij trženja, ki so specifični za trženje športa (športne industrije, športnih dogodkov, organizacij), razumevanje vpliva zunanjega okolja na odločanje v športu, znanja razvoja in izvedbe trženskega načrta in strategij, sponzorstva. <p>Uporaba</p> <p>Poglobljeno seznanjanje s teoretičnimi koncepti in praktičnimi primeri na tem strokovnem področju bo študente usposobilo</p> <ul style="list-style-type: none"> za njihovo temeljito razumevanje, povezovanje, kritično vrednotenje in praktično uporabo. V skupinskih diskusijah izmenjujejo mnenja o pridobljenih znanjih s pomočjo praktičnih primerov iz poslovne prakse. 	<p>Knowledge and understanding:</p> <ul style="list-style-type: none"> Students gain basic knowledge of management of sport organizations and marketing in sport, overview of organization of sport and legislative regulation of sport, understanding the concepts of entrepreneurship and get familiar with the business tools for the analysis and planning of sport organization functioning. Through this they achieve the understanding of concepts and marketing tools, specific for sport marketing (sport industry, sport events, sport organizations), the understanding of external environment on decision making in sport, understanding of development and implementation of marketing plan and strategies, and understanding of sponsorship. <p>Utilization of knowledge</p> <p>In depth knowledge of theoretical concepts and practical examples in this professional field are going to enable students to understand, critically asses and use them in</p> <ul style="list-style-type: none"> practical situations.

<ul style="list-style-type: none"> Uporaba teoretičnih konceptov podjetništva in poslovnih orodij pri izdelavi poslovnega načrta za udejanjanje poslovne zamisli v športu <p>Refleksija</p> <ul style="list-style-type: none"> Študenti spremljajo lastno razumevanje trženjske teorije, managementa športnih organizacij na področju športa in obravnavanih primerov prek sodelovanja na predavanjih in vajah ter seminarjih (skupinske diskusije, obravnave domačih nalog – primerov, projektno delo). Z izpolnjevanjem zastavljenih nalog ter z aktivnim sodelovanjem v razpravah seminarjev in vaj študenti razvijajo sposobnosti razumevanja, analiziranja in kritičnega miselnega pristopa k izbranim primerom. Študenti bodo sposobni primerjati teoretične koncepte organiziranosti in pravnega urejanja športa z ugotovitvami iz prakse ter na temelju te primerjave kritično ocenjevati tako obravnavano teorijo kot tudi dogajanje v praksi. Utemeljevanje izdelave poslovnega načrta za konkretno poslovno zamisel. Kritično ovrednotenje dobrega in slabega poslovnega načrta. 	<ul style="list-style-type: none"> In group discussions students exchange opinions about acquired knowledge through practical examples from business practice. They use the theoretical concepts and business tools to produce a business plan for realization of business idea in sport. <p>Reflexion</p> <ul style="list-style-type: none"> Students follow their own understanding of marketing theories, management of sport organizations and presented examples through their attendance and activities at lectures, exercises and seminars (group discussions, discussions of homework assignments, project work). The fulfillment of tasks and active participation in seminar discussions students develop their understanding, analysis and critical approach of selected examples. Students will be able to compare theoretical concepts of organization and legislative regulation of sport with their practical experience and based on this comparison critically evaluate the studied theory as well as situations in practice. Students will be able to construct an argumentation for a concrete business idea. Students will be able to critically assess good and bad business plan.
---	--

Metode poučevanja in učenja:

Predavanja, seminarji in vaje

Learning and teaching methods:

Lectures, seminars and exercises

Načini ocenjevanja:

	Delež/Weight	Assessment:
pisni izpit	50,00 %	written examination
projekt	50,00 %	seminar project

Reference nosilca/Lecturer's references:

--