|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Nazwa modułu: | **Kliknij tutaj, aby wprowadzić tekst.** | ECTS: liczba ECTS |
| Wydział: **Wydział Wychowania Fizycznego** | Kierunek: **Trener osobisty z dietetyką sportową** |
| Nazwa jednostki prowadzącej moduł: | Rok / semestr:**Rok I / Semestr I** |
| **Zsespół Gospodarki Sportowej i Turystycznej****Katedra Turystyki i Prozdrowotnej Aktywności Fizycznej** |
| Forma studiów: | Profil kształcenia: | Status modułu: |
| **stacjonarne studia II stopnia** | **praktyczny** | **obowiązkowy** |
| Język modułu:**polski** | Forma zajęć:**wykład / ćwiczenia** | Wymiar zajęć:**39** |
| Koordynator modułu | **Dr inż. Jakub Ryśnik** | Sposób realizacji: |
| **Zajęcia wymagające bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego i studentów** |
| Wymagania wstępne | Brak |
| Cele modułu | **Kliknij tutaj, aby wprowadzić tekst.** |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Kod efektu** | **Modułowe efekty kształcenia** | **Odniesienie do efektów kierunkowych** | **Odniesienie do obszaru****kształcenia** |
| **W zakresie wiedzy** |
| W01 | Zna współczesne trendy w zakresie oferty usług sportowo-rekreacyjnych świadczonych przez obiekty fitness | K\_W16 | P7S\_WK |
| W02 | Posiada wiedzę niezbędną dla prowadzenia i promowania indywidualnej działalności gospodarczej w postaci obiektu fitness | K\_W17 | P7S\_WK |
| **W zakresie umiejętności** |
| U01 | Wykorzystuje wiedzę z zakresu żywienia człowieka i dietetyki sportowej w połączeniu z wiedzą z zakresu zarządzania i promowania ośrodków fitness. | K\_U10 | P7S\_UW |
| U02 | Wykorzystuje różne metody, techniki z zakresu zarządzania i promocji mające na celu usprawnienie zmiany zachowań zdrowotnych człowieka. | K\_U19 | P7S\_UW P7S\_UK |
| **W zakresie kompetencji społecznych** |
| K01 | Dba o prestiż związany z wykonywaniem zawodu wykorzystując do tego celu wiedzę z zakresu sprawnego zarządzania usługami fitness. | K\_K03 | P7S\_KK P7S\_KR |
| K02 | Dba o prestiż związany z wykonywaniem zawodu wykorzystując do tego celu wiedzę o kreowaniu pozytywnego wizerunku osób i podmiotów oferujących usług fitness. | K\_K03 | P7S\_KK P7S\_KR |
| K03 | Usprawnia propagowanie zachowań prozdrowotnych w działalności edukacyjnej wykorzystując do tego celu metody i techniki kreowania pozytywnego wizerunku. | K\_K06 | P7S\_KO |
| K04 | Formułuje opinie dotyczące działalności zawodowej w branży usług fitness bazując na znajomości zasad i dobrych praktyk zarządzania i promocji. | K\_K11 | P7S\_KR |

|  |
| --- |
| **Stosowane metody dydaktyczne** |
| Wykład: Wykład tradycyjny, wykład z wykorzystaniem technik multimedialnych, wykład aktywny (wykorzystanie dyskusji, studiów przypadku).Ćwiczenia: Ćwiczenia aktywne z wykorzystaniem studiów przypadków, burzy mózgów, praca multimedialna (prowadzący), praca w grupach, opracowanie projektów, analiza tekstów z wnioskowaniem i dyskusją. |

|  |
| --- |
| **Metody sprawdzania i kryteria oceny efektów kształcenia uzyskanych przez studentów** |
| Metody weryfikacji efektów kształcenia: np. pisemne prace zaliczeniowe, egzaminy, obserwacja studentów i ocena ich umiejętności praktycznych. Kryteria oceny efektów kształcenia:2,0 – student nie osiągnął wymaganych efektów kształcenia (punktacja poniżej 50 %) 3,0 – student osiągnął efekty kształcenia w stopniu dostatecznym (51 do 60 % )3,5 – student osiągnął efekty kształcenia w stopniu dostatecznym plus (61 do 70 %)4,0 – student osiągnął efekty kształcenia w stopniu dobrym (71 do 80 %)4,5 – student osiągnął efekty kształcenia w stopniu dobrym plus (81 do 90 %)5,0 – student osiągnął efekty kształcenia w stopniu bardzo dobrym (91 do 100 %) |

|  |  |
| --- | --- |
| **Treści modułu kształcenia**  | **Godziny****ST/NST** |
| 1. | Podstawy Public Relations:Istota nowoczesnego public relations (problemy definicyjne). PR a marketing mix. Zadania PR. Metody i Techniki wykorzystywane w zakresie PR. Wizerunek, reputacja i ich uwarunkowania. Kreowanie wizerunku firmy. PR a CSR. Od badania wizerunku, przez strategię PR do programu działań PR i oceny skuteczności i efektywności działań PR. Media relations (techniki współpracy z prasą). Public relations w Internecie. Uwarunkowania prawne PR. Wizerunek i PR w sytuacji kryzysowej. Jak działa agencja PR?. | 26/13 |
| 2.  | Zarządzanie obiektami fitness:Zagadnienia wprowadzające – elementy teorii zarządzania i zarządzania przedsiębiorstwem. Specyfika zarządzania ośrodkami fitness. Ośrodek fitness jako organizacja w otoczeniu współczesnej gospodarki rynkowej. Charakterystyka otoczenia ośrodków fitness. Analiza strategiczna ośrodka fitness. Marketing w procesie zarządzania. Zarządzanie jakością usług. Zarządzanie personelem w ośrodkach fitness (Struktury organizacyjne ośrodków fitness). Zarządzanie bazą materialną ośrodków fitness. Analiza i Zarządzanie finansami. Narzędzia informatyczne w zarządzaniu ośrodkiem fitness. Wybrane koncepcje nowoczesnego zarządzania ośrodkiem fitness.  | 13/7 |

|  |
| --- |
| **Forma i warunki zaliczenia modułu, w tym zasady dopuszczenia do egzaminu, zaliczenia, a także forma i warunki zaliczenia poszczególnych zajęć wchodzących w zakres danego modułu** |
| Warunkiem zaliczenia modułu jest zaliczenie i zdanie egzaminów z wszystkich przedmiotów wchodzących w zakres modułu. Warunkiem zaliczenia poszczególnych zajęć modułowych jest osiągnięcie wszystkich założonych efektów kształcenia (w minimalnym akceptowalnym stopniu – w wysokości >50%). Podstawy Public Relations. Zaliczenie jest uwarunkowane uzyskaniem wymaganego regulaminem studiów poziomu frekwencji na wykładzie i ćwiczeniach oraz otrzymaniem oceny pozytywnej z pisemnego kolokwium zaliczeniowego, uzyskaniem oceny pozytywnej z zespołowej pracy projektowej oraz otrzymaniem pozytywnej oceny z prezentacji wyników zespołowej pracy projektowej.Zarządzaniem Obiektami Fitness. Zaliczenie jest uwarunkowane uzyskaniem wymaganego regulaminem studiów poziomu frekwencji na wykładzie i otrzymaniem oceny pozytywnej z kolokwium zaliczeniowego. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Nakład pracy studenta - Bilans punktów ECTS** | **Stacjonarne** | **Niestacjonarne** |
| **Godziny kontaktowe z nauczycielem akademickim:** |  |  |
| Wg planu studiów:Udział w wykładachUdział w ćwiczeniach | 2613 | 137 |
| **Samodzielna praca studenta:** |  |  |
| Przygotowanie do ćwiczeńPrzygotowanie pracy, projektu, prezentacjiPrzygotowanie do zaliczenia / egzaminu, udział w egzaminie itp | 395 | 62010 |
| Łączny nakład pracy studenta wynosi 56 godzin, co odpowiada 2 punktom ECTS |

|  |
| --- |
| **Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej, obowiązującej do zaliczenia danego modułu** |
| **Literatura podstawowa:****Podstawy Public Relations:**Budzyński W, Public relations, Wizerunek, Reputacja, Tożsamość. Warszawa: Wydawnictwo "Poltext"; 2018.Zając Ł, Po co jest PR?. Lublin: Wydawnictwo Słowa i Myśli; 2018.Budzyński W, Public Relations. Zarządzanie reputacją firmy. Warszawa: Wydawnictwo Poltext; 2003.Tworzydło D, Olędzki J, editors. Public Relations Znaczenie społeczne i kierunki rozwoju. Warszawa: PWN; 2010.Kotler P, Marketing. Dom. Poznań: Wydawniczy REBIS Sp. z o.o.; 2005.**Zarządzanie obiektami fitness:**Grzeganek-Więcek B, Hadzik A, Kantyka J, Maciąg J, Wieloaspektowe zarządzanie organizacjami turystycznymi i sportowymi. Katowice: Wydawnictwo AWF Katowice; 2011.Griffin R, Podstawy zarządzania organizacjami. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN; 2013.Grzeganek-Więcek B, Hadzik A, Kantyka J, Cieślikowski K, Anatomia Organizacji Turystycznych i Sportowych. Katowice: Wydawnictwo AWF Katowice; 2012. Opoka DM, Fitness: historia, organizacja, zarządzanie. Warszawa: PKMS Polska Korporacja Menadżerów Sportu; 2004.Piasecki B, editor. Ekonomika i zarządzanie małą firmą. Warszawa, Łódź: Fundacja Edukacyjna Przedsiębiorczości, Wydaw. Nauk. PWN; 2001.**Literatura uzupełniająca:****Podstawy Public Relations:**Godlewski P, O publicznych wystąpieniach: treść wykładów z przedmiotu public relations. Warszawa: Polska Korporacja Menedżerów Sportu; 2004.Kaczmarek-Śliwińska M, Public relations w zarządzaniu sytuacjami kryzysowymi organizacji : sztuka komunikowania się. Warszawa: Difin; 2015.Godlewski P, Rydzak W, Trębecki J, editors. Public Relations w sporcie. Poznań: SportWin; 2010.Miotk A, Nowy PR, Jak internet zmienił public relations. Lublin: Wydawnictwo Słowa i Myśli; 2016.Mazurek G, editor. E-marketing. Planowanie, narzędzia, praktyka. Warszawa: Wydawnictwo Poltex; 2018.Mitręga M, Marketing Relacji. Warszawa: CeDeWu Sp. z o.o.; 2005.**Zarządzanie obiektami fitness:**Olszewska B, editor. Zarządzanie strategiczne. Przedsiębiorstwo na progu XXI wieku. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu; 2008.Wartecki A, Zarządzanie organizacjami sportowymi. Poznań: Wydawnictwo AWF Poznań; 2008.Koźmiński A, Jemielniak D, Zarządzanie od podstaw. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN; 2008. |
|  |

|  |
| --- |
| **Wymiar, zasady i forma odbywania praktyk, w przypadku, gdy program kształcenia przewiduje praktyki** |
| Kliknij tutaj, aby wprowadzić tekst. |

**Forma oceny efektów kształcenia**

|  |  |
| --- | --- |
| Efekty kształcenia | Forma oceny |
| Pisemne kolokwium zaliczeniowe | Grupowa Prezentacja/ Grupowa Praca projektowa |  |  |  |
| W01 | X | X |  |  |  |
| W02 | X | X |  |  |  |
| U01 |  | X |  |  |  |
| U02 |  | X |  |  |  |
| K01 |  | X |  |  |  |
| K02 |  | X |  |  |  |
| K03 |  | X |  |  |  |
| K04 |  | X |  |  |  |

**Macierz efektów kształcenia dla modułu**

|  |  |
| --- | --- |
| Efekty kształcenia | Przedmioty |
| Podstawy Public Relations | Zarządzanie Obiektami Fitness |  |  |  |
| W01 | X | X |  |  |  |
| W02 | X | X |  |  |  |
| U01 | X | X |  |  |  |
| U02 | X | X |  |  |  |
| K01 |  | X |  |  |  |
| K02 | X |  |  |  |  |
| K03 | X |  |  |  |  |
| K04 | X | X |  |  |  |