



**European
School**
of Business
& Management



SYLABUS MODULU

6. Management ve sportu

Lektor: Doc. RNDr. Irena Durdová, Ph.D.

Anotace modulu:

Textový materiál pro výuku Managementu sportu vychází z několika základních tezí, které zdůrazňují:

- ekonomicko-sociální význam sportu pro současnou společnost,
- současný rozvoj sportovního managementu,
- požadavky na osobnost sportovního manažera pro výkon profese,
- rostoucí poptávku po manažerech, specialistech v oblasti sportovního managementu,
- rozvoj marketingových strategií ve sportovních klubech, s důrazem na nabídku reklamních služeb,
- podnikatelskou činnost sportovních klubů,
- hlavní problémy současného sportovního prostředí,
- principy sportovní etiky.

Cíl modulu:

Cílem modulu je, aby studenti jeho absolvováním:

získali znalosti:

- ze sportovního managementu a marketingu

- o ekonomickém přínosu sportu pro národní hospodářství,
- řízení tělesné výchovy, sportu a tělocvičná rekreace v ČR,
- z oblasti podnikání ve sportu, včetně základních právních aspektů,
- marketingové komunikaci ve sportu,
- manažerských funkcích transformovaných na specifické sportovní prostředí,
- znalosti o negativních jevech současného sportovního prostředí,
- z práce s lidským faktorem ve sportu, vedení lidí, řízení lidských zdrojů,
- řízení sportovních klubů, udělování kompetencí,
- motivování spolupracovníků, trenérů a sportovců,
- správně vedené komunikaci,

porozuměli principům:

- strategického plánování,
- sestavování dlouhodobých, střednědobých a krátkodobých plánů vedoucích ke splnění sportovních, hospodářských a sociálních cílů sportovního klubu,
- stanovení vhodné marketingové koncepce sportovního klubu,
- získávání finančních prostředků pro sportovní klub a možnostech podnikání ve sportu,

orientovali se:

- v hlavní problematice současného sportovního managementu,
- v oblasti výskytu negativních jevů současného sportu a jejich možného řešení.

Literatura:

1. ČÁSLAVOVÁ, Eva. *Management a marketing sportu*. Praha: Olympia, 2009. ISBN 978-80-7376-150-9.
2. DURDOVÁ, Irena. *Sociální, ekonomické a etické aspekty současného sportovního prostředí*. Ostrava: VŠB - Technická univerzita Ostrava, 2011. ISBN 978-80-248-2439-0.
3. DURDOVÁ, Irena. *Sport jako sociálně-ekonomický fenomén*. Ostrava: VŠB - Technická univerzita Ostrava, 2015. ISBN 978-80-248-3658-4.
4. DURDOVÁ, Irena. *Základní aspekty sportovního marketingu*. Ostrava: VŠB - Technická univerzita Ostrava, 2005. ISBN 80-248-0827-7.

5. JANSÁ, Petr. *Pedagogika sportu*. Vydání druhé. Praha: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, 2018. ISBN 978-80-246-3986-4.
6. NOVÁ, Jana, Jiří NOVOTNÝ, Oldřich RACEK, Jaroslav REKTOŘÍK, Aleš SEKOT, Milena STRACHOVÁ a Hana VÁLKOVÁ. *Management, marketing a ekonomika sportu*. Brno: Masarykova univerzita, Fakulta sportovních studií, 2016. ISBN 978-80-210-8346-2.
7. REKTOŘÍK, Jaroslav, Petr PIROŽEK a Jana NOVÁ. *Projektový management ve sportu*. Brno: Masarykova univerzita, Fakulta sportovních studií, 2015. ISBN 978-80-210-7995-3.