



MBA | Management sportu

4. Manažerská ekonomika

4.1 Ekonomika podniku

4.2 Manažerské finance

4.3 Projektový management

Stručná anotace:

Sportovní klub se v mnoha ohledech podobá podniku v tradičním pojetí. Jednou z jeho charakteristik je i orientace na zisk, přínosy a jejich maximalizaci. Sport je prudce se rozvíjející sektor současnosti i budoucnosti. Sportovní podniky produkují a uvádějí na trh výrobky a služby pro konsum, spotřebu, zásobují sportující vysoce hodnotnými sportovními potřebami, odbornými obchodními a poradenskými výkony, atraktivními pohybovými nabídkami a emocionálními životními zážitky.

Úkolem manažera podniku působícího v sektoru sportu, je kromě jiného, taky řídit obchodní činnosti a uvádět na trh sportovní produkty. Ekonomie sportu přináší svou specifickou formou interdisciplinární pohled do ekonomie tělesné kultury jako také; ekonomie sportu využívá svých vlastních výrazových prostředků sloužících k systémovému zkoumání vlivů tělesné kultury na člověka a hospodářské prostředí.

Nedílnou součástí předmětu je také problematika etického chování, leadershipu, motivace v podniku i se specifickými pro sportovní prostředí jako jedněch z podpůrných funkcí podniku: řízení lidských zdrojů a leadershipu.