

Marketingcommunicatie en sponsoring in de sport (D013167)

Cursusomvang (nominale waarden; effectieve waarden kunnen verschillen per opleiding)

Studiepunten 5.0

Studietijd 150 u

Aanbodsessies en werkvormen in academiejaar 2024-2025

A (semester 1)

Nederlands

Gent

hoorcollege

Lesgevers in academiejaar 2024-2025

Lagae, Wim

GE30

Verantwoordelijk lesgever

Aangeboden in onderstaande opleidingen in 2024-2025

stptn

aanbodsessie

Educatieve Master of Science in de lichamelijke opvoeding

5

A

Master of Science in de bewegings- en sportwetenschappen (afstudeerrichting sportbeleid en sportmanagement)

5

A

Onderwijstalen

Nederlands

Trefwoorden

marketing, sportsponsoring, sponsorverwerving, sportmarketing

Situering

Het vak draagt bij tot het opleidingsprofiel van studenten die kiezen voor de optie sportmanagement. Kennis van sport, marketing en communicatie is onontbeerlijk bij het uitbouwen of werken in de sportsector. Aandacht wordt besteed aan zowel sponsorverwerving als het selecteren van sportsponsoring. Het begrijpen van de interactie en synergie tussen conversatie-, belevenis- en terugverdiensponsoring staat centraal, net als het benaderen van de effectiviteit van sportmarketingcommunicatie.

Inhoud

Centrale inzichten en begrippen binnen sportmarketing, -sponsoring en -communicatie worden uitgebreid behandeld in het handboek van Lagae (2023) Sneller, Groter, Gekker en het begeleidend didactisch ppt-materiaal: sport, marketing en communicatie; sponsormatch; verkopen sponsoring en crowdfunding; selecteren sponsoring; ambush marketing; transformatie sponsorgolven; effectiviteit en stopzetting sponsoring. Vertrekkend van tijdloze sportbusiness-cases worden tendensen binnen sportmarketing en -sponsoring gesitueerd en verklaard.

Inhoud handboek:

1. Sponsors slopen de magische marathonmuur
2. Hoe snel schakelt het vrouwenverzet?
3. De sponsorklik
4. Merkenhoogmis in het veldrijden
5. Koersmerken stretchen zich
6. Voetbalsponsors spelen hoog spel

7. Businessgekte in het voetbal
8. Energiedrankje verlegt grenzen
9. Sportmerken creëren een eigen wereld

Begincompetenties

Geslaagd zijn voor het opleidingsonderdeel Bedrijfskunde

Eindcompetenties

- 1 Definieren van de belangrijkste begrippen in sportmarketing, sport sponsoring en communicatie.
- 2 De actualiteit en cases rond sportmarketingcommunicatie duiden binnen de kernbegrippen.
- 3 De verschillende concepten en modellen verwoorden en deze toepassen voor sportmerken en niet-sportmerken.
- 4 De interactie en synergie tussen de verschillende instrumenten van de sportmarketingcommunicatiemix verklaren.
- 5 De effectiviteit van een campagne van sport sponsoringcommunicatie benaderen.

Creditcontractvoorwaarde

Toelating tot dit opleidingsonderdeel via creditcontract is mogelijk na gunstige beoordeling van de competenties

Examencontractvoorwaarde

Dit opleidingsonderdeel kan niet via examencontract gevolgd worden

Didactische werkvormen

Hoorcollege

Toelichtingen bij de didactische werkvormen

Opdracht begeleide zelfstudie

Studiemateriaal

Geen

Referenties

Vakinhoudelijke studiebegeleiding

Prof. dr. Wim Lagae (wim.lagae@ugent.be)

Evaluatiemomenten

periodegebonden evaluatie

Evaluatievormen bij periodegebonden evaluatie in de eerste examenperiode

Schriftelijke evaluatie

Evaluatievormen bij periodegebonden evaluatie in de tweede examenperiode

Schriftelijke evaluatie

Evaluatievormen bij niet-periodegebonden evaluatie

Tweede examenkans in geval van niet-periodegebonden evaluatie

Niet van toepassing

Eindscoreberekening

Eerste examenkans: 80% op het schriftelijk examen. 20% op de groepsopdracht begeleide zelfstudie.

Tweede examenkans: 100% op het schriftelijk examen

Faciliteiten voor werkstudenten

Nvt

Addendum

Addenda op Minerva

