

Kursplan

Idrottens organisation, entreprenörskap och media (judo) 5 högskolepoäng, Grundnivå

Sports Organisation, Entrepreneurship and Media (Judo) 5 Credits*, First Cycle

Lärandemål

Efter avslutad kurs ska den studerande kunna:

- redogöra för förening som organisationsform och vilka lagar som är specifika eller särskilt tillämpliga för föreningslivet inom idrotts- och hälsosektorn
- redogöra för innebörden av entreprenörskap inom judo
- visa förmåga att använda de retoriska verktygen vid presentation av en affärsidé inom judo till olika målgrupper och genomföra denna presentation inom givna tidsramar
- formulera en enklare affärsplan med tillhörande budget inom området judo som är förankrad i vetenskapliga resultat där hänsyn tagits till ekonomisk, social och ekologisk hållbarhet.
- diskutera och analysera relationen mellan medierna och idrotten
- beskriva och problematisera idrottens påverkan och roll i medierna samt genomföra och redogöra för mediestrategisk planering
- tillämpa den mediestrategiska planen genom att producera judorelaterat innehåll för de valda mediekanalerna
- problematisera och diskutera möjliga konsekvenser för olika sorters intervjueteknik, både som producent och som intervjuobjekt.

Innehåll

Kursen belyser föreningslivets organisation och förutsättningar. Tillämpliga lagar och regler för föreningslivet beskrivs. De vedertagna begrepp som utgör föreningslärans begreppsapparat och beskriver olika fenomen och företeelser inom denna, kopplas ihop med den kontext och med de processer och uppdrag som är vanligt förekommande i föreningslivet och i idrottslig verksamhet, både professionellt och ideellt. Entreprenörskap inom området judo sätts i ett nationellt, internationellt och globalt perspektiv. I kursen behandlas kunskapen om företagande och om den kreativa processen att utveckla en affärsidé inom judo utifrån gällande forskningsunderlag. I kursen behandlas också processen med att skapa en enklare affärsplan som, förutom att beskriva affärsmodellen runt affärsidén, även innehåller andra viktiga komponenter så som budget, målgrupp, konkurrens, marknadsföring och kommunikation. I sammanhanget beaktas ekologisk,

ekonomisk och social hållbar utveckling. Särskilt fokus läggs på de aspekter som är specifika för PT-verksamhet inom judo. Kursen omfattar såväl teoretisk som tillämpad strategisk medieplanering för både traditionella och nya medier. Kursen innehåller även medieetik och vad det innebär att vara mediekonsument och medieproducent. Utöver detta ingår även problematisering av idrottens roll i medierna. Studenten planerar och utformar en strategisk medieplan.

Examinationsformer

Praktiska och muntliga redovisningar samt skriftliga inlämningsuppgifter.

Arbetsformer

Föreläsningar och seminarier.

Betyg

Som betygsskala används U–G.

Betygsrapportering:

Modul 1: Praktiska och muntliga redovisningar, skriftliga inlämningsuppgifter - 5 hp

Förkunskapskrav

Grundläggande behörighet

Övrigt

Kursen ingår i Judotränare - Kurspaket 5 som en del i samverkansutbildning med Svenska Judoförbundet.

Learning Outcomes

After completing the course, students will be able to:

- explain what a non-profit organisation is, and which laws and regulations apply specifically to sports clubs and the health and fitness industry
- explain the concept of entrepreneurship relating to judo
- demonstrate an ability to use rhetorical devices when presenting a business idea relating to judo to different target groups, and implement the idea within a given time frame
- formulate a simple business plan for judo that includes a budget that has a basis in scientific results where regard has been given to economic, social and environmental sustainability
- discuss and analyse the relationship between media and sports
- describe and problematise the influence of sports on media and its role in media, and develop and explain a strategic media plan
- use the strategic media plan to produce judo-related material for the chosen media

channels

- problematise and discuss the possible consequences of different interview techniques as both the producer and the person being interviewed.

Ämnestillhörighet:

Idrotts- och hälsovetenskap

Ämnesgrupp:

Idrott/idrottsvetenskap

Utbildningsområde:

Medicinska området, 50%

Samhällsvetenskapliga området, 50%

Kursen kan ingå i följande huvudområde(n):

1. Idrotts- och hälsovetenskap

Fördjupningsbeteckning för respektive huvudområde:

1. G1N

Fastställd:

Fastställd 2022-02-28

Kursplanen gäller fr.o.m. 2022-02-28