

Akademia Wychowania Fizycznego im. J. Kukuczki w Katowicach Wydział Zarządzania Sportem i Turystyką			
Kierunek studiów i poziom kształcenia:	Zarządzanie – I stopień		Tryb studiów: S/N
Nazwa przedmiotu	EVENT MARKETING		
Nazwa grupy przedmiotów i jej symbol	Grupa przedmiotów z nauk społecznych		GNS
Profil kształcenia	ogólno akademicki		
Język wykładowy	polski		
Forma realizacji przedmiotu	obligatoryjny	do wyboru	X
Specjalność	wszystkie specjalności		
Rok studiów	drugi		
Semestr	czwarty		
Liczba punktów ECTS	dwa		
Tytuł/stopień naukowy, imię i nazwisko prowadzącego zajęcia	dr Krzysztof Cieślikowski		
Kierunkowe efekty uczenia się - symbole	Przedmiotowe efekty uczenia się		
WIEDZA			
K_W08	W1	zna współczesne koncepcje oraz narzędzia kooperacji i konkurencji między systemami gospodarczymi i przedsiębiorstwami	
K_W09,	W2	uzasadnia znaczenie społecznej odpowiedzialności biznesu i wskazuje na jej przejawy w praktyce oraz wyjaśnia istotę koncepcji zrównoważonego rozwoju gospodarczego	
K_W03	W3	zna i interpretuje przepisy prawa regulujące funkcjonowanie podmiotów gospodarczych	
UMIEJĘTNOŚCI			
K_U03	U1	posiada pogłębioną umiejętność obserwowania, wyszukiwania i przetwarzania informacji na temat zjawisk społecznych oraz interpretowania ich z punktu widzenia problemów zarządzania	
K_U07	U2	potrafi uczestniczyć w procesach podejmowania decyzji strategicznych oraz proponować procedury rozstrzygnięć z wykorzystaniem zaawansowanych metod i narzędzi wspomagających procesy podejmowania decyzji	
K_U08	U3	potrafi posługiwać się normami i standardami w procesach planowania, organizowania, motywowania i kontroli (pracy, jakości itp.) na poziomie zintegrowanym	
KOMPETENCJE			
K_K02	K1	ma pogłębioną świadomość poziomu swojej wiedzy i umiejętności, rozumie potrzebę ciągłego rozwoju osobistego i zawodowego	
K_K04	K2	potrafi samodzielnie definiować złożone projekty społeczne biorąc odpowiedzialność za ich aspekty ekonomiczne i zarządcze	
K_K08	K3	jest gotowy do brania odpowiedzialności przed współpracownikami oraz przed społeczeństwem za stawiane zadania	
Treści przedmiotu	<ol style="list-style-type: none"> 1. Event jako forma komunikacji wykorzystywana w marketingu współczesnych organizacji. 2. Typologia wydarzeń i jej wpływ na proces zarządzania marketingowego. 3. Rynek wydarzeń na świecie i w Polsce. 		

	<ol style="list-style-type: none"> 4. Segmentacja, targeting i pozycjonowanie na rynku wydarzeń – czyli jak zdobyć klienta. 5. Planowanie wydarzeń kulturalnych, sportowych, biznesowych. 6. Miejsce ma znaczenie – czyli kluczowe czynniki wyboru miejsca i obiektu. 7. Ustalanie cen – struktura kosztów, kalkulacja cen, sposoby finansowania wydarzeń. 8. Promocja na rynku wydarzeń (etapy, cele, narzędzia, formy) 9. Zastosowanie content marketingu w procesie promocji wydarzenia. 10. Organizacja nowoczesnego kanału dystrybucji i procesu sprzedaży wydarzenia. 11. Podstawowe działania po wydarzeniu. 12. Analiza możliwości doskonalenia wydarzenia 13. Podsumowanie i zaliczenie.
Wymagania wstępne i dodatkowe	Podstawy zarządzania
Literatura obowiązkowa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cieślowski K.: <i>Event marketing</i>. AWF Katowice 2016 2. Jaworowicz P., Jaworowicz M.: <i>Event marketing w zintegrowanej komunikacji marketingowej</i>. Difin, Warszawa 2016 3. Ilen J.: <i>Imprezy korporacyjne. Jak organizować eventy biznesowe i za ich pomocą stymulować wzrost w firmie</i>. Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2010
Literatura uzupełniająca	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cieślowski K., Kantyka J.: <i>Wykorzystanie wielkich wydarzeń w promocji miasta – na przykładzie Katowic</i>. w: <i>Marketing miejsc - teraźniejszość czy przyszłość? Zeszyty Naukowe</i>, Uczelnia Vistula, Warszawa 2015 2. Getz D.: <i>Event Tourism: Concepts, International Case Studies, and Research</i>. Cognizant Communication Corporation, London 2013 3. Goldblatt J.: <i>Special Events: Creating and Sustaining a New World for Celebration</i>, John Wiley & Sons, Inc., New York, 2013
Planowane formy/działania/ metody dydaktyczne	Wykład oraz angażowanie uczestników w dyskusję i samodzielną pracę studenta ukierunkowaną przez wykładowcę z wykorzystaniem dostępnej literatury przedmiotu; zastosowanie interaktywnych technik nauczania; zestawy slajdów zawierających tezy do poszczególnych tematów; odwołania do otaczającej studenta rzeczywistości gospodarczej i politycznej
Sposób zaliczenia	Zaliczenie – projekt w grupach
Metody oceniania osiągnięcia przedmiotowych efektów uczenia się	Zaliczanie – opracowanie i prezentacja multimedialna (w grupie) zadanego zagadnienia – projektu – jeden z typów wydarzeń dla określonego/ustalonego z prowadzącym klienta
Kryteria oceniania osiągnięcia przedmiotowych efektów uczenia się	<p>Wymogi formalne dla otrzymania oceny z projektu:</p> <ol style="list-style-type: none"> a) dostateczny - wykorzystanie w przygotowywanym projekcie podstawowych informacji o procesie i procedurach, etapach przygotowania i realizacji, budżetowania, formach promocji, zaangażowanych podmiotach w tworzenie wydarzenia/eventu b) dostateczny plus - to co na ocenę 3 oraz dodatkowo zastosowanie nowoczesnych i atrakcyjnych możliwości prezentacji multimedialnych c) dobry - to co na ocenę 3,5 oraz dodatkowo samodzielną i swobodną wypowiedź potwierdzającą informacje zawarte w prezentacji projektu d) dobry plus - to co na ocenę 4 oraz aktywne uczestnictwo

	<p>wszystkich studentów z grupy realizującej projekt, poparte przykładami rozważanych rozwiązań z których wybierano te do prezentacji końcowej</p> <p>e) bardzo dobry - o co na 4,5 oraz prezentacja wnikliwych wniosków, interesujących spostrzeżeń, dyskusja nad możliwymi innymi scenariuszami uwzględniającymi zmienność elementów otoczenia biznesowego potencjalnego analizowanego/ przedstawianego przedsiębiorstwa / organizacji.</p>
Praktyki zawodowe	nie dotyczy
STUDIA STACJONARNE Bilans punktów ECTS	<p>udział w wykładach = 26 h zapoznanie się z literaturą = 4 h przygotowanie projektu = 9 h przeprowadzenie rozpoznania i badań w terenie = 10 h konsultacje = 3 h</p> <p>łącznie = 52 h w bezpośrednim kontakcie z prowadzącym 50% godzin liczba punktów ECTS = 2 pkt Minimalna ilość godzin nakładu pracy studenta = 2 x 26h = 52 h</p>

Forma oceny efektów uczenia się		
Efekty uczenia się	Forma oceny	
	Dyskusja dydaktyczna	Projekt – forma i prezentacja projektu
W1	X	
W2	X	X
W3	X	X
U1		X
U2		X
U3		X
K1	X	X
K2	X	
K3		X