**SYLABUS DO PRZEDMIOTU**

|  |  |
| --- | --- |
| Nazwa przedmiotu | **Zarządzanie eventami** |
| Kierunek | **Zarządzanie w turystyce i sporcie** |
| Forma studiów | **stacjonarne** |
| Poziom kwalifikacji | **pierwszego stopnia** |
| Rok | **2** |
| Semestr | **III** |
| Jednostka prowadząca | **Katedra Zarządzania i Przedsiębiorczości**  |
| Osoba sporządzająca  | **Dr inż. Agnieszka Puto** |
| Profil  | **Ogólnoakademicki** |
| Liczba punktów ECTS | **2** |

**RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **WYKŁAD** | **ĆWICZENIA** | **LABORATORIUM** | **PROJEKT** | **SEMINARIUM** |
| **15** | **-** | **-** | **15** | **-** |

**OPIS PRZEDMIOTU**

**CELE PRZEDMIOTU**

C1. Przedstawienie i omówienie podstawowych pojęć z zakresu zarządzania eventami.

C2. Przekazanie wiedzy i wskazówek umożliwiających nabycie umiejętności w zakresie planowania i zarządzania eventami.

C3. Kształtowanie umiejętności w zakresie planowania i organizowania różnego typu wydarzeń sportowych, kulturalnych i biznesowych.

**WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI**

1. Znajomość podstaw organizacji i zarządzania przedsiębiorstwem.
2. Umiejętność tworzenia biznes planu
3. Umiejętność obsługi komputera oraz programów MS Office.

**EFEKTY UCZENIA SIĘ**

EU1. Student ma wiedzę z zakresu planowania i organizowania eventów sportowych, kulturalnych i biznesowych

EU2. Student potrafi zaplanować przebieg realizacji eventu i zarządzać jego realizacją

EU3. Student dobiera metody i narzędzia współczesnego marketingu do promocji eventów

**TREŚCI PROGRAMOWE**

|  |  |
| --- | --- |
| **Forma zajęć – WYKŁADY 15 h** | **Liczba godzin** |
| W1-W2. Wprowadzenie do przedmiotu: pojęcia i definicje eventów. Rynek eventów w Polsce i na świecie | 2 |
| W3-W4. Kryteria klasyfikacji eventów | 2 |
| W5. Planowanie wydarzeń kulturalnych, sportowych i biznesowych | 1 |
| W6-W7. Czynniki wyboru miejsca i obiektu na organizację eventu | 2 |
| W8. Sposoby finansowania eventów, ustalanie i kalkulacja cen  | 1 |
| W9. Organizacja procesu sprzedaży eventów | 1 |
| W10-W11. Marketing wydarzeń sportowych, kulturalnych i biznesowych  | 2 |
| W12-W13.Content marketing w promocji eventów | 2 |
| W14.Formalno-prawne aspekty organizacji eventów  | 1 |
| W15. Ocena efektów zrealizowanego eventu. Zaliczenie wykładu na ocenę. | 1 |
| **Forma zajęć – PROJEKT 15h** | **Liczba godzin** |
| P1. Zajęcia organizacyjne. Omówienie koncepcji projektu. Wybór firmy/instytucji do celów projektów.  | 1 |
| P2. Omówienie metod heurystycznych pobudzających zespół do kreatywnego działania | 1 |
| P3-P4. Planowanie eventu: określenie celów, zadań i odbiorców eventu w odniesieniu do celów strategicznych organizacji. | 2 |
| P5-P7. Określenie szczegółowej koncepcji eventu (miejsce, czas, zakres, harmonogram) | 3 |
| P8-P9. Określenie zasobów finansowych, rzeczowych i informacyjnych niezbędnych do realizacji eventu. | 2 |
| P10. Sponsoring eventu | 1 |
| P11. Przygotowanie marketingowego planu eventu. Określenie strategii komunikacji skierowanych do grup docelowych. | 1 |
| P12. Specyfika i możliwości obiektów goszczących eventu. Szacowanie ryzyka projektu.  | 1 |
| P13. Podsumowanie projektu.  | 1 |
| P14-P15. Ocena prac projektowych wraz z prezentacją multimedialną  | 2 |

**NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE**

1. Burza mózgów,
2. Wykład z prezentacją multimedialną,
3. Dyskusja,
4. Program MS Office (Word, Excel).
5. Teksty źródłowe/źródła internetowe.
6. Formularze/instrukcje do ćwiczeń.
7. Platforma e-learningowa PCz.

**SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)**

F1. Aktywność na zajęciach

P1. Projekt

P2. Zaliczenie wykładu

**OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA**

|  |  |
| --- | --- |
| **Forma aktywności** | **Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności** |
| **[h]** | **ECTS** |
| Godziny kontaktowe z prowadzącym | Wykład | 15 | 0,6 |
| Godziny kontaktowe z prowadzącym | Projekt | 15 | 0,6 |
| Przygotowanie do projektu | 5 | 0,2 |
| Przygotowanie do zaliczenia wykładu | 5 | 0,2 |
| Zapoznanie się ze wskazaną literaturą  | 5 | 0,2 |
| Konsultacje | 5 | 0,2 |
| **SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS****DLA PRZEDMIOTU** | **50h** | **2 ECTS** |

**LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA**

**Literatura podstawowa**

1. Cieślikowski K., *Event marketing podstawy teoretyczne i rozwiązania praktyczne*, AWF, Katowice 2016.
2. Klim K., *Kreatywny poradnik eventowy*, SelfPublisher, e-book, 2019.
3. Walerjańczyk A., *Event.* *Zaufaj mi...Zasługujesz na wyjątkowe życie*, e-book, Złote Myśli, 2017.
4. Sójka A., *Eventworking. Czyli jak efektywnie korzystać z potencjału konferencji, targów i innych wydarzeń biznesowych*, MT Biznes, Warszawa 2017.

**Literatura uzupełniająca:**

1. Jaworowicz P., Jaworowicz M., *Event marketing w zintegrowanej komunikacji marketingowej*, Difin 2016
2. Żmigrodzki M., *Zarządzanie projektami dla początkujących. Jak zmienić́ wyzwanie w proste zadanie*, Onepress, 2016
3. Grzegorczyk A., Majewski J., Wróblewski S., *Innowacje w przemyśle spotkań*, Wyższa Szkoła Promocji, Warszawa 2014
4. Berbeka J., Borodako K., Rudnicki M, *Zarządzanie innowacjami w przemyśle spotkań*, C.H. Beck, Warszawa 2015
5. Celuch K., *Przemysł Spotkań. Wiedza, produkt, motywacja*, Akademia Finansów i Biznesu Vistula, Warszawa 2015

**PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIĘ, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)**

Agnieszka Puto, agnieszka.puto@pcz.pl

**MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Efekt uczenia się** | **Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu (PEK)** | **Cele przedmiotu** | **Treści programowe** | **Narzędzia dydaktyczne** | **Sposób oceny** |
| **EU**1 | K\_W05, K\_W06, K\_W11, K\_U02, K\_U03, K\_U06, K\_U09, K\_K01, K\_K02, K\_K04, K\_K05, K\_K06  | C1, C2 | W1-W15, P1-P15 | 1, 3, 4, 5, 6, 7 | F1, P1, P2 |
| **EU**2 | K\_W05, K\_W06, K\_W11, K\_U02, K\_U03, K\_U06, K\_U09, K\_K01, K\_K02, K\_K04, K\_K05, K\_K06  | C1, C2 | W1-W15, P1-P15 | 1, 3, 4, 5, 6, 7 | F1, P1, P2 |
| **EU**3 | K\_W05, K\_W06, K\_W11, K\_U02, K\_U03, K\_U06, K\_U09, K\_K01, K\_K02, K\_K04, K\_K05, K\_K06  | C1, C2 | P1-P15 | 2, 3, 6 | F1, P1, P2 |

**FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Na ocenę 2**  | **Na ocenę 3**  | **Na ocenę 4**  | **Na ocenę 5**  |
| **EU**1  | Nie posiada wiedzy o kluczowych pojęciach z zakresu planowania i organizowania eventów sportowych, kulturalnych i biznesowych, rozumie istotę i mechanizmy nowoczesnej komunikacji z klientem. Nie potrafi opisać efektów komunikacji marketingowej w formie wydarzenia. | Nie posiada wiedzy o kluczowych pojęciach z zakresu planowania i organizowania eventów sportowych, kulturalnych i biznesowych, rozumie istotę i mechanizmy nowoczesnej komunikacji z klientem. W stopniu wystarczającym potrafi opisać efekty komunikacji marketingowej w formie wydarzenia. | Nie posiada wiedzy o kluczowych pojęciach z zakresu planowania i organizowania eventów sportowych, kulturalnych i biznesowych, rozumie istotę i mechanizmy nowoczesnej komunikacji z klientem. W stopniu dobrym potrafi opisać efekty komunikacji marketingowej w formie wydarzenia. | Nie posiada wiedzy o kluczowych pojęciach z zakresu planowania i organizowania eventów sportowych, kulturalnych i biznesowych, rozumie istotę i mechanizmy nowoczesnej komunikacji z klientem. W stopniu bardzo dobrym potrafi opisać efekty komunikacji marketingowej w formie wydarzenia. |
| **EU**2  | Nie potrafi zaplanować przebiegu realizacji eventu i zarządzać jego realizacją. | Potrafi zaplanować przebieg realizacji eventu i zarządzać jego realizacją, popełnia błędy przy szacowaniu kosztów i harmonogramowaniu wydarzenia. Niezbyt dobrze szacuje ryzyko niepowodzenia eventu, popełnia błędy przy opracowaniu planu promocji wydarzenia.  | Potrafi zaplanować przebiegu realizacji eventu i zarządzać jego realizacją, popełnia nieliczne błędy przy szacowaniu kosztów i harmonogramowaniu wydarzenia. Dobrze szacuje ryzyko niepowodzenia eventu, popełnia nieliczne błędy przy opracowaniu planu promocji wydarzenia.  | Potrafi zaplanować przebiegu realizacji eventu i zarządzać jego realizacją, nie popełnia błędów przy szacowaniu kosztów i harmonogramowaniu wydarzenia. Bardzo dobrze szacuje ryzyko niepowodzenia eventu, nie popełnia błędów przy opracowaniu planu promocji wydarzenia.  |
| **EU**3  | Nie potrafi dobrać metod i narzędzi współczesnego marketingu do promocji eventu.  | Potrafi w stopniu wystarczającym dobrać metod i narzędzia współczesnego marketingu do promocji eventu. Jest ukierunkowany na realizację zadań i osiąganie założonych celów związanych z projektem eventu. | Potrafi w stopniu dobrym dobrać metod i narzędzia współczesnego marketingu do promocji eventu. Jest ukierunkowany na realizację zadań i osiąganie założonych celów związanych z projektem eventu. Jest ukierunkowany na realizację zadań i osiąganie założonych celów związanych z projektem eventu. | Potrafi w stopniu bardzo dobrym dobrać metod i narzędzia współczesnego marketingu do promocji eventu. Jest ukierunkowany na realizację zadań i osiąganie założonych celów związanych z projektem eventu. Jest ukierunkowany na realizację zadań i osiąganie założonych celów związanych z projektem eventu i posiada umiejętności podejmowania decyzji w tym zakresie. |

Ocena połówkowa 3.5 jest wystawiana w przypadku pełnego zaliczenia efektów uczenia się na ocenę 3.0, ale student nie przyswoił w pełni uczenia się na ocenę 4.0. Ocena połówkowa 4.5 jest wystawiana w przypadku pełnego zaliczenia efektów uczenia się na ocenę 4.0, ale student nie przyswoił w pełni efektów uczenia się na ocenę 5.0.

**INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE**

1. Informacja gdzie można zapoznać się z prezentacjami do zajęć itp.

Informacje przekazywane są na pierwszych.

2. Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć

Informacje znajdują się na stronie internetowej Wydziału Zarządzania oraz w gablotach dziekanatu.

3. Informacje na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/ godzina)

Informacje znajdują się na stronie internetowej Wydziału Zarządzania oraz w gablotach dziekanatu.

4. Informacja na temat konsultacji (godziny + miejsce)

Informacja podawana jest na pierwszych zajęciach, dostępna jest także na stronie internetowej Wydziału Zarządzania.