



UNIWERSYTET
IM. ADAMA MICKIEWICZA
W POZNANIU

Event marketing

Sylabus zajęć

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Dziennikarstwo i komunikacja społeczna		Cykl dydaktyczny 2023/24	
Specjalność Promocja i obsługa eventów		Kod zajęć 14DKSPOEN.22S.13515.23	
Jednostka organizacyjna Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa		Języki wykładowe polski	
Poziom studiów studia drugiego stopnia		Obligatoryjność Obowiązkowy specjalnościowy	
Forma studiów studia niestacjonarne		Blok zajęciowy Przedmioty specjalnościowe	
Profil studiów profil praktyczny			
Koordynator zajęć	Artur Pohl		
Prowadzący zajęcia	Artur Pohl		
Okres Rok 2	Forma zajęć / liczba godzin / forma zaliczenia • Ćwiczenia: 10, Zaliczenie z oceną		Liczba punktów ECTS 2

Cele kształcenia dla zajęć

Kod	Cel
C1	Prezentowanie istoty i celów event marketingu.
C2	Omówienie znaczenia event marketing w zintegrowanej komunikacji marketingowej.
C3	Wykształcenie umiejętności analitycznych studentów.
C4	Zwiększenie świadomości studentów co do potrzeby ciągłego monitorowania.

Wymagania wstępne

Podstawowa wiedza na temat procesów komunikacji, w tym marketingowej.

Efekty uczenia się dla zajęć

Kod	Efekty uczenia się dla zajęć w zakresie	Efekty uczenia się dla kierunku	Metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się dla zajęć
Wiedzy - Student/ka:			
W1	Ma wiedzę na temat sposób definiowania event marketingu, jego znaczenia w komunikacji marketingowej organizacji, uwarunkowań i założeń.	DKS_K2_W01, DKS_K2_W03, DKS_K2_W08	Kolokwium pisemne
W2	Ma wiedzę na temat zewnętrznych i wewnętrznych uwarunkowań event marketingu.	DKS_K2_W01, DKS_K2_W03, DKS_K2_W08	Kolokwium pisemne
Umiejętności - Student/ka:			
U1	Umie przeprowadzić analizę działań eventowych organizacji.	DKS_K2_U02, DKS_K2_U03, DKS_K2_U08	Projekt, Raport
Kompetencji społecznych - Student/ka:			
K1	Rozumie potrzebę śledzenia trendów otoczenia marketingowego dla planowania eventów.	DKS_K2_K01, DKS_K2_K06	Kolokwium pisemne
K2	Potrafi pracować w grupie i określać zasoby własne i innych członków grupy.	DKS_K2_K02, DKS_K2_K05	Projekt, Raport, Prezentacja multimedialna

Treści programowe dla zajęć

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
1.	Event i event marketing - definicje.	W1	Ćwiczenia
2.	Event marketing w ZKM.	W1, W2	Ćwiczenia
3.	Ewolucja event marketing.	W2, K1	Ćwiczenia
4.	Teoria i praktyka event marketing.	W1, W2, K1	Ćwiczenia
5.	E-event marketing.	W1, W2, K1	Ćwiczenia
6.	Korporacyjny event marketing.	W1, W2, K1	Ćwiczenia
7.	Analiza wybranych przykładów event marketing.	U1, K2	Ćwiczenia
8.	Trendy w event marketing.	W2, K1	Ćwiczenia

Informacje dodatkowe

Forma zajęć	Metody i formy prowadzenia zajęć
Ćwiczenia	Wykład z prezentacją multimedialną wybranych zagadnień, Wykład konwersatoryjny, Dyskusja, Metoda analizy przypadków, Metoda badawcza (dociekania naukowego), Metoda warsztatowa, Metoda projektu, Pokaz i obserwacja, Demonstracje dźwiękowe i/lub video, Metoda aktywizująca - "burza mózgów", Metoda aktywizująca - technika analizy SWOT, Metoda aktywizująca - technika drzewka decyzyjnego, Metoda aktywizująca - metoda "kuli śniegowej", Metoda aktywizująca - konstruowanie "map myśli", Praca w grupach

Forma zajęć	Warunki zaliczenia zajęć
Ćwiczenia	Obecność obowiązkowa (dopuszczalna jedna nieobecność nieusprawiedliwiona). Na ocenę końcową składają się wyniki z: kolokwium pisemnego, projektu, raportu oraz prezentacji multimedialnej. Kryteria oceny: bardzo dobry (bdb; 5,0): doskonała wiedza, bardzo dobrze opanowane umiejętności oraz wykształcone kompetencje personalne i społeczne dobry plus (+db; 4,5): pogłębiona wiedza, dobrze wyuczone umiejętności oraz wykształcone kompetencje personalne i społeczne dobry (db; 4,0): dobra wiedza, dobrze wyuczone umiejętności oraz wykształcone kompetencje personalne i społeczne dostateczny plus (+dst; 3,5): zadawalająca wiedza, wyuczone umiejętności oraz kompetencje personalne i społeczne dostateczny (dst; 3,0): podstawowa wiedza, opanowane najważniejsze umiejętności oraz wykształcone podstawowe kompetencje personalne i społeczne niedostateczny (ndst; 2,0): niezadawalająca wiedza, nieopanowane umiejętności oraz niewykształcone kompetencje personalne i społeczne

Literatura

Obowiązkowa

1. Jaworowicz P., Jaworowicz M. (2015). Event marketing w zintegrowanej komunikacji marketingowej.
2. Preston C.A. (2012). Event Marketing: How to Successfully Promote Events, Festivals, Conventions, and Expositions.
3. Crowther P., Donlan L. (2011). Value-creation space: The role of events in a service-dominant marketing paradigm. *Journal of Marketing Management* 27(13-14), 1444-1463.
4. Cieślowski K. (2016). Event marketing. Podstawy teoretyczne i rozwiązania praktyczne.
5. Grzegorzczak A. (red.) (2009). Event Marketing jako nowa forma organizacji procesów komunikacyjnych.

Nakład pracy studenta i punkty ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
Ćwiczenia	10
Przygotowanie do zajęć	10
Przygotowanie projektu	10
Przygotowanie prezentacji multimedialnej	10
Przygotowanie do zaliczenia	15
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 55

Liczba punktów ECTS	ECTS 2
----------------------------	------------------

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Efekty uczenia się dla kierunku

Kod	Treść
DKS_K2_K01	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do poszerzania i aktualizowania oraz krytycznej oceny posiadanej wiedzy
DKS_K2_K02	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, z uwzględnieniem zmieniających się potrzeb społecznych, oraz zachowywania się w sposób profesjonalny i etyczny w pracy zawodowej oraz działalności publicznej
DKS_K2_K05	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do rozwijania dorobku zawodu i podtrzymywania etosu zawodu dziennikarza i specjalisty ds. komunikowania
DKS_K2_K06	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do wykazywania się w pracy zawodowej i aktywności publicznej przedsiębiorczością i innowacyjnością
DKS_K2_U02	Absolwent/ka potrafi innowacyjnie wykonywać zadania w nieprzewidywalnych warunkach przez odpowiedni dobór oraz stosowanie właściwych metod i narzędzi, w tym zaawansowanych technik informacyjno-komunikacyjnych
DKS_K2_U03	Absolwent/ka potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę do przystosowania istniejących lub opracowania nowych metod i narzędzi służących do rozwiązywania problemów w zakresie komunikacji społecznej
DKS_K2_U08	Absolwent/ka potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie i ukierunkowywać innych w tym zakresie
DKS_K2_W01	Absolwent/ka zna i rozumie w pogłębionym stopniu fakty, obiekty i zjawiska stanowiące zaawansowaną wiedzę ogólną z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach
DKS_K2_W03	Absolwent/ka zna i rozumie wybrane zagadnienia z zakresu zaawansowanej wiedzy szczegółowej, właściwe dla kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna oraz zastosowania praktyczne tej wiedzy w działalności zawodowej dziennikarzy i specjalistów od komunikacji społecznej
DKS_K2_W08	Absolwent/ka zna i rozumie w sposób pogłębiony wybrane metody i narzędzia opisu, w tym techniki pozyskiwania danych oraz modelowania systemu komunikowania społecznego i procesów w nim zachodzących, a także identyfikowania rządzących nim prawidłowości