

Poznań, 10. 11. 2014 r.

Sprawozdanie
z Drugiej Ogólnopolskiej Konferencji Metodycznej
pt.: „Marketing profesjonalnych imprez biegowych”

W dniach 6-7 listopada 2014 roku w Poznaniu odbyła się Druga Ogólnopolska Konferencja Metodyczna pt.: „Marketing profesjonalnych imprez biegowych”, której organizatorem był Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu przy współpracy z Polskim Naukowym Towarzystwem Marketingu.

Patronat Honorowy nad konferencją objęli: Minister Sportu i Turystyki Marek Biernat, Marszałek Województwa Wielkopolskiego Marek Woźniak oraz JM Rektor Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu prof. dr hab. Marian Gorynia.

W wydarzeniu tym, które było kierowane przede wszystkim do praktyków, wzięli udział organizatorzy imprez biegowych, dyrektorzy ośrodków sportu i rekreacji, przedstawiciele jednostek samorządowych, instytucji odpowiedzialnych za rozwój kultury fizycznej, działacze sportowi, biegacze, trenerzy, dziennikarze sportowi oraz pracownicy nauki uczelni wyższych. W czasie dwudniowych obrad uczestniczyło około 100 osób, reprezentujących instytucje zlokalizowane na terenie 14 województw.

Konferencja została zorganizowana z myślą o realizacji trzech zasadniczych celów:

1. Popularyzowanie wiedzy z zakresu zarządzania i marketingu, niezbędnej w organizacji imprez biegowych
2. Integracja krajowego środowiska organizatorów imprez biegowych
3. Wymiana doświadczeń oraz promowanie tzw. dobrych praktyk menedżerskich wśród dyrektorów imprez biegowych.

Po uroczystym otwarciu, którego dokonał Jego Magnificencja Rektor Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, prof. dr hab. Marian Gorynia, krótką wypowiedź skierował do uczestników konferencji prof. dr hab. Leszek Balcerowicz, który podzielił się swoimi refleksjami

na temat roli sportu w życiu człowieka. Prof. L. Balcerowicz zachęcił organizatorów biegów do popularyzowania biegów masowych, gdyż jego zdaniem uprawianie sportu ma pozytywny wpływ m.in. na nastroje społeczne w kraju i przychylne nastawienie do podejmowania nowych inicjatyw gospodarczych. Wśród gości specjalnych konferencji był także naukowiec z Japonii, prof. Masaaki Takemura, reprezentujący Meiji University of Tokio, który współpracuje z Uniwersytetem Ekonomicznym w Poznaniu w sferze naukowo-badawczej.

Pierwszego dnia konferencji odbyły się cztery sesje tematyczne, w których wystąpiło dziesięciu prelegentów. Uczestnicy mieli m.in. możliwość zapoznania się z obszernymi wynikami badań prowadzonych w 2014 roku na Uniwersytecie Ekonomicznym w Poznaniu opisującymi profil polskiego biegacza, a także wynikami narodowego spisu biegaczy, który przeprowadził portal dla biegaczy Polska Biega. Swoje prezentacje przedstawili:

1. dr hab. Zygmunt Waśkowski, prof. nadzw. UEP, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu
2. Magdalena Sołtys, redaktor portalu internetowego Polska Biega
3. dr Piotr Kwiatek, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu
4. Magdalena Bobryk, pomysłodawca i twórca portalu internetowego do zarządzania społecznościami Pulsstory
5. Marcin Świerc – ultramaratończyk, Mistrz Polski w biegach górskich na długim dystansie, członek kadry narodowej w biegach górskich
6. Maciej Maślak – pełniący funkcję head of strategy w agencji interaktywnej Web Talk
7. Michał Walczewski – założyciel i redaktor naczelny portalu internetowego Maratony Polskie
8. dr hab. Waldemar Budner, prof. nadzw. UEP, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu
9. dr Magdalena Florek, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu
10. Marek Małecki, dyrektor półmaratonu Słowaka w Grodzisku Wlkp.

Drugiego dnia konferencji odbywały się spotkania w panelach dyskusyjnych, w trakcie których uczestnicy mogli wymienić się doświadczeniami oraz uzyskać odpowiedzi na nurtujące ich tematy. Łącznie odbyło się sześć paneli, w każdym z nich wypowiadało się trzech panelistów, którymi były osoby mające duże doświadczenie w zakresie poruszanych tematów. Dyskusje w panelach były prowadzone przez odpowiednio przygotowanych moderatorów. Po wypowiedzi

każdego panelisty, uczestnicy zadawali pytania, dzielili się swoimi refleksjami, opiniami i doświadczeniami.

Tematami dyskusji panelowych były:

1. Oczekiwania sponsorów wobec organizatora imprezy biegowej
2. Organizacja i zarządzanie klubem biegacza – dylematy i warunki sukcesu
3. Rola lidera w zespole - zarządzanie zespołem organizującym imprezę biegową
4. Zarządzanie marketingowe projektem sportowym na przykładzie biegu ekstremalnego
5. Współpraca organizatora biegu z mediami – wzajemne oczekiwania i relacje
6. Pozycjonowanie imprezy biegowej jako element strategii marketingowej

Podsumowania dwudniowych obrad dokonał dr hab. Zygmunt Waśkowski prof. nadzw. UEP, prodziekan Wydziału Zarządzania, kierownik Katedry Strategii Marketingowych Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, który jest także pomysłodawcą i organizatorem konferencji. Wszyscy zgromadzeni byli zgodni, że tego typu spotkania, mające metodyczny charakter, podczas których uczestnicy nabywają praktyczną wiedzę i znajdują rozwiązania nurtujących ich problemów organizacyjnych są bardzo potrzebne. Organizatorzy sportowych imprez masowych coraz częściej konkurują między sobą o przychylność biegaczy, sponsorów, władz samorządowych, czy mediów dlatego wiedza z zakresu profesjonalnego zarządzania i marketingu w sporcie jest niezbędna, aby przygotować atrakcyjną imprezę biegową. Tym czasem w kraju możliwości takich spotkań i zdobywania fachowej wiedzy jest bardzo niewiele, dlatego konferencje organizowane na UEP doskonale tą lukę wypełniają.

Z. Waśkowski podziękował komitetowi organizacyjnemu za zaangażowanie w organizację konferencji, uczestnikom za udział w spotkaniu oraz zachęcił ich do zgłaszania propozycji tematów, które mogłyby być poruszane podczas kolejnej konferencji, zaplanowanej na listopad 2015 rok.

dr hab. Zygmunt Waśkowski prof. nadzw. UEP