

**Sprawozdanie z konferencji
„Marketingowe aspekty organizacji imprez biegowych”**



W dniach 24-25 października br odbyła się ogólnopolska konferencja metodyczna pt.: „Marketingowe aspekty organizacji imprez biegowych”, której organizatorem było z Polskie Naukowe Towarzystwo Marketingu przy współpracy z Uniwersytetem Ekonomicznym w Poznaniu.

Była to pierwsza w Polsce, połączona z warsztatami, konferencja poświęcona problematyce praktycznego wykorzystania koncepcji marketingu w organizowaniu imprez biegowych. W wydarzeniu wzięło udział ponad 120 osób z całego kraju, reprezentujących kluby biegacza, instytucje publiczne odpowiedzialne za rozwój kultury fizycznej i sportu, jednostki samorządowe, uczelnie wyższe, a także media zajmujące się tematyką biegów masowych.

Na obradach pojawiło się również wielu znakomitych sportowców oraz trenerów, którzy swoją obecnością oraz udziałem w dyskusji potwierdzili ważność podejmowanego tematu. Wśród nich byli między innymi:

Lidia Chojecka – trzykrotna uczestnika Igrzysk Olimpijskich w Atenach, w Sydney i w Pekinie, wielokrotna Mistrzyni i medalistka Halowych Mistrzostw Europy w biegach na 3000 m. i 1500 m.

Paweł Januszewski – uczestnik Igrzysk Olimpijskich w Atlancie, Mistrz Europy w biegu na 400 m p.p.

Małgorzata Sobańska – dwukrotna uczestniczka Igrzysk Olimpijskich w Atlancie i w Atenach, zwyciężczyni maratonu w Londynie, zwyciężczyni maratonu w Warszawie

Michał Bartoszak – uczestnik Igrzysk Olimpijskich w Atenach, maratończyk

Marcin Urbaś – dwukrotny uczestnik Igrzysk Olimpijskich w Atenach i w Sydney, medalista Mistrzostw Świata i Mistrzostw Europy w biegach sprinterskich

Jerzy Skarzyński – członek polskiej reprezentacji olimpijskiej, Los Angeles

Tomasz Szymkowiak – uczestnik Igrzysk Olimpijskich w Pekinie

Rafał Wieruszewski – dwukrotny uczestnik Igrzysk Olimpijskich w Atenach i w Pekinie

Patrycja Wyciszewicz – uczestniczka Igrzysk Olimpijskich w Londynie, Mistrzyni Europy juniorów w biegu na 400 m

Joanna Fiodorow – Uczestniczka Igrzysk Olimpijskich w Londynie

Edward Motyl – trener polskich lekkoatletów

Czesław Cybulski – trener polskich lekkoatletów

Prelegentami poszczególnych sesji podczas pierwszego dnia obrad byli naukowcy oraz praktycy zajmujący się problematyką marketingu sportowego, strategii marketingowych i zarządzania wizerunkiem organizacji.

Naukowcy

Henryk Mruk – profesor Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, specjalizuje się m.in. w problematyce marketingu sportowego, autor książek o tematyce marketingu i zarządzania w sporcie

Zygmunt Waśkowski – profesor Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, specjalizuje się w problematyce marketingu sportowego, autor wielu publikacji o tematyce marketingu w sporcie, maratończyk

Andrzej Sznajder – profesor Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, specjalizuje się w problematyce marketingu sportowego, Kierownik Studium Podyplomowego Marketing w Sporcie, członek Komisji Marketingu przy Polskim Komitecie Olimpijskim

Edyta Gołąb-Andrzejak – doktor Politechniki Gdańskiej, specjalizuje się w problematyce marketingu, promocji oraz turystyki, w tym turystyki sportowej

Marek Datko – doktor nauk ekonomicznych, autor wielu publikacji o tematyce marketingu i promocji, autor książki „Sponsoring . Klucz nowoczesnego marketingu”, specjalizuje się w problematyce marketingu i sponsoringu, biegacz długodystansowy

Sylwester Białowas – doktor Uniwersytetu Ekonomicznego, specjalizuje się w problematyce badań marketingowych i analizy rynku, maratończyk

Praktycy

Jerzy Skarżyński – maratończyk, organizator i współorganizator biegów ulicznych, reprezentant Polski w pucharze świata i Europy w maratonie

Paweł Januszewski – złoty medalista Mistrzostw Europy w Budapeszcie w biegu na 400 m p.p. Prezes Fundacji Bieganie, propagator biegania

Andrzej Krzyścin – maratończyk., Prezes Klubu Sportowego Altom Gniezno, organizator Biegu Lechitów oraz Biegu Europejskiego

Maciej Mielecki – dyrektor Poznań Maratonu, zastępca dyrektora POSiR

Artur Kujawiński – maratończyk, założyciel i Prezes Wielkopolskiego Związku Lekkiej Atletyki, Prezes Klubu Biegowego Maniac, organizator biegu Maniacka Dziesiątka

Pierwszego dnia odbyły się obrady w kilku sesjach tematycznych, podczas których zaprezentowane zostało metodyczne (naukowe) podejście do najistotniejszych zagadnień marketingu sportowego oraz możliwości ich praktycznego zastosowania podczas organizacji imprez biegowych. Swoją wiedzę podzielili się naukowcy wywodzący się z Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu oraz z innych ośrodków akademickich, zajmujący się problematyką marketingu i zarządzania w sporcie, a także doświadczeni organizatorzy imprez biegowych.

Drugiego dnia odbyły się warsztaty szkoleniowe, w trakcie których uczestnicy w małych, kilkunastoosobowych grupach pod okiem pracowników naukowych doskonalili swoje praktyczne umiejętności marketingowe. Każdy uczestnik mógł wziąć udział w trzech warsztatach tematycznych, wybranych spośród przygotowanych dziewięciu propozycji.

Zgodnie z założeniami konferencja była forum wymiany wiedzy, doświadczeń, myśli i poglądów osób związanych z bieganiem. Zakładamy, że było to pierwsze, lecz nie ostatnie spotkanie skoncentrowane na tej problematyce, które stanowić może impuls dla dalszych badań naukowych i pogłębiania wiedzy na temat marketingu imprez biegowych.