

*Fragment z recenzji książki (recenzent dr hab. Michał Żemła, prof. nadzw. UP)*

Do recenzji przedłożony został maszynopis książki „Event marketing. Podstawy teoretyczne i rozwiązania praktyczne”. W tym miejscu należy jednoznacznie podkreślić, że sam wybór tematu jest bodaj największym atutem książki. Nie oznacza to bynajmniej, że książka jest napisana na słabym poziomie, jest bowiem wręcz przeciwnie, ale rzeczywiście stanowi próbę zapełnienia nie tyle luki na polskim rynku wydawniczym, ale wręcz drastycznej „wyrwy”. Temat organizacji, zarządzania i marketingu wydarzeń w wielu krajach (np. w Wielkiej Brytanii) doczekał się utworzenia odrębnego kierunku studiów, dla słuchaczy którego powstała znaczna liczba publikacji. Tymczasem, według mojej wiedzy, w Polsce nie ma dotąd nawet jednej publikacji zwartej poświęconej w całości tej tematyce. Informacje na ten temat można znaleźć w coraz liczniejszych opracowaniach dotyczących turystyki biznesowej, ale tak kompleksowe spojrzenie, jak czyni to Autor recenzowanej książki, dotąd w Polsce nie było prezentowane. Można zatem przypuszczać, że grupa docelowa odbiorców recenzowanej monografii powinna być bardzo szeroka. Z jednej strony z pewnością są to studenci i wykładowcy akademicki, dla których jest to istotna pomoc w procesie dydaktycznym. Łatwo przystępny język i duża ilość prezentowanych przykładów z pewnością ułatwią wykorzystanie recenzowanej książki w procesie dydaktycznym na uczelniach, zwłaszcza kształcących na kierunkach powiązanych z turystyką. Drugą ważną grupą odbiorców powinni być praktycy, zarówno w sektorze prywatnym, jak i publicznym, czyli pracownicy firm zajmujących się organizacją wydarzeń, jak i pracownicy jednostek samorządu terytorialnego. Ponadto książka, jako monografia naukowa, powinna znaleźć się w kręgu zainteresowań naukowców, badaczy rynku turystycznego, marketingu terytorialnego, czy także rozwoju lokalnego i regionalnego.”

*O Autorze publikacji*

**Krzysztof Cieślowski** jest doktorem nauk ekonomicznych, adiunktem na Wydziale Zarządzania Sportem i Turystyką AWF Katowice. W ramach obowiązków służbowych na AWF Katowice pełni funkcję koordynatora specjalności „Organizacja turystyki biznesowej”, realizowanej na studiach magisterskich na Wydziale Zarządzania Sportem i Turystyką. Jest także ekspertem w Narodowym Centrum Badań i Rozwoju odpowiedzialnym za oceny projektów innowacyjnych, a także doradcą dla Katowice Convention Bureau. Autor prowadzi aktywność badawczą naukowo-gospodarczą obejmującą m.in. analizy rynków, kreowanie kierunków rozwoju organizacji i destynacji. Projekty już zrealizowane obejmowały m.in.: strategie rozwoju, strategie marketingowe, biznes plany (m.in. dla inwestycji hotelowych); plany komercjalizacji przestrzeni handlowej wg nowego modelu dalszego jej rozwoju; planowanie i realizację badań przemysłu spotkań kilku miast Polski. W ostatnich latach przeprowadził własne projekty analityczne dla potrzeb opracowania wskaźnika atrakcyjności wydarzeń biznesowych oraz metodyki mierzenia skuteczności i efektywności wydatków publicznych na promocję z wykorzystaniem wydarzeń. Autor wielu publikacji naukowych w kraju i zagranicą, raportów oraz dokumentów planistycznych dla obiektów spotkań (biznesowych, sportowych, kulturalnych), przedsiębiorstw rynku turystycznego, jak i administracji samorządowych. Wykładowca studiów podyplomowych, prowadzi także szkolenia i prelekcje na temat komercjalizacji obiektów sportowych, innych obiektów spotkań, jak i możliwości rozwoju produktów destynacji.

ISBN 978-83-64036-88-0



AKADEMIA WYCHOWANIA FIZYCZNEGO  
im. Jerzego Kukuczki w Katowicach

Krzysztof Cieślowski

# EVENT MARKETING

PODSTAWY TEORETYCZNE I ROZWIĄZANIA PRAKTYCZNE

EVENT MARKETING PODSTAWY TEORETYCZNE I ROZWIĄZANIA PRAKTYCZNE

K. Cieślowski

Katowice 2016