



Akademia
Górnośląska im.
Wojciecha
Korfańskiego w
Katowicach

★★★★★ 4,5 / 5

851 ocen

Event & MICE Management: Zarządzanie Turystyką Biznesową i Przemysłem Spotkań - studia podyplomowe

Numer usługi 2025/11/14/9407/3148160

8 900,00 PLN brutto

8 900,00 PLN netto

55,63 PLN brutto/h

55,63 PLN netto/h

📍 Katowice / mieszana (stacjonarna połączona z usługą
zdalną w czasie rzeczywistym)

📖 Studia podyplomowe

🕒 160 h

📅 11.04.2026 do 28.02.2027

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Zarządzanie przedsiębiorstwem

Grupa docelowa usługi

Adresatami studiów są osoby posiadające wykształcenie wyższe, chcące rozwijać kompetencje w zakresie organizacji wydarzeń i zarządzania projektami w sektorze MICE. Studia skierowane są do osób pracujących w branży MICE – organizatorów konferencji, kongresów, targów i eventów korporacyjnych; do przedstawicieli sektora hotelarskiego i turystycznego, zwłaszcza pracowników sprzedaży, marketingu, PR i obsługi klienta; do specjalistów ds. marketingu, HR i komunikacji odpowiedzialnych za organizację wydarzeń firmowych; do absolwentów kierunków humanistycznych, ekonomicznych, społecznych i turystycznych planujących rozpocząć karierę w branży eventowej; oraz do przedsiębiorców i freelancerów rozwijających działalność w obszarze event managementu, PR lub incentive travel. Studia są odpowiednie zarówno dla osób aktywnych zawodowo, jak i rozpoczynających pracę w sektorze MICE.

Minimalna liczba uczestników

12

Maksymalna liczba uczestników

35

Data zakończenia rekrutacji

27-03-2026

Forma prowadzenia usługi

mieszana (stacjonarna połączona z usługą zdalną w czasie rzeczywistym)

Liczba godzin usługi

160

Cel

Cel edukacyjny

Usługa „Event & MICE Management: Zarządzanie Turystyką Biznesową i Przemysłem Spotkań - studia podyplomowe” potwierdza przygotowanie do profesjonalnej organizacji i koordynacji wydarzeń biznesowych, wykorzystania nowoczesnych technologii event-tech oraz stosowania standardów branżowych, a także uzyskania kompetencji menedżerskich, komunikacyjnych i operacyjnych potrzebnych w dynamicznym sektorze MICE.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Charakteryzuje strukturę sektora MICE oraz funkcje kluczowych interesariuszy rynku (PCO, DMC, CVB, hotele, samorządy, dostawcy).	- Identyfikuje interesariuszy rynku MICE. - Rozróżnia role i funkcje poszczególnych podmiotów w sektorze MICE.	Test teoretyczny
Analizuje trendy globalne i regionalne w turystyce biznesowej oraz znaczenie turystyki biznesowej w polityce miast i regionów.	- Dokonuje poprawnej analizy danych i raportów dotyczących rynku MICE w Polsce i Europie. - Uzasadnia wpływ trendów turystyki biznesowej na rozwój destynacji.	Test teoretyczny
Uzasadnia wybór destynacji MICE i stosowanie zasad protokołu dyplomatycznego oraz etykiety spotkań z partnerami zagranicznymi.	- Dobiera destynacje MICE do rodzaju wydarzenia. - Uzasadnia zastosowanie protokołu i etykiety w praktyce.	Test teoretyczny
Projektuje harmonogram, budżet oraz scenariusz wydarzenia, uwzględniając cykl życia projektu i interesariuszy.	- Sporządza kompletny harmonogram i budżet projektu. - Uwzględnia cykl życia wydarzenia i interesariuszy.	Test teoretyczny
Organizuje przestrzeń wydarzenia, rejestrację uczestników oraz współpracę z zespołem i dostawcami technicznymi i gastronomicznymi.	- Przygotowuje layout i flow uczestników. - Koordynuje pracę zespołu i dostawców zgodnie z harmonogramem.	Test teoretyczny
Opracowuje strategię komunikacji i marketingu wydarzenia, w tym działania w social media, storytelling i PR.	- Przygotowuje plan komunikacji zgodny z modelem AIDA i brand experience. - Dobiera odpowiednie kanały komunikacji dla grupy docelowej.	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Ocenia i reaguje na potrzeby uczestników oraz partnerów wydarzenia w sposób profesjonalny i zgodny z zasadami etyki. Współpracuje z interesariuszami, uwzględniając wielokulturowość i standardy obsługi międzynarodowej.	- Identyfikuje potrzeby uczestników i partnerów. - Podejmuje odpowiednie działania w sytuacjach konfliktowych lub nieprzewidzianych.	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	- Dobiera formę współpracy z partnerami zagranicznymi. - Uwzględnia aspekty kulturowe i protokół międzynarodowy.	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji zawiera opis efektów uczenia się?

TAK

Pytanie 2. Czy dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji?

TAK

Pytanie 3. Czy dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

Program

MODUŁ 1. Wprowadzenie do przemysłu MICE i turystyki biznesowej (16 h)

- Pojęcie i historia sektora MICE – ewolucja przemysłu spotkań
- Struktura sektora: Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions – charakterystyka i różnice
- Interesariusze rynku MICE: PCO, DMC, CVB, hotele, samorządy, dostawcy
- Trendy globalne i regionalne w turystyce biznesowej
- Znaczenie turystyki biznesowej w polityce turystycznej miast i regionów
- Analiza rynku MICE w Polsce i Europie – dane, raporty, przykłady
- Kluczowe destynacje MICE (Singapur, Barcelona, Dubaj, Warszawa, Katowice)

MODUŁ 2. Zarządzanie projektami eventowymi i protokół spotkań (16 h)

- Cykl życia wydarzenia – od koncepcji do ewaluacji
- Zarządzanie projektem: Gantt, RACI, budżet, zasoby
- Analiza interesariuszy i komunikacja w projekcie
- Zarządzanie ryzykiem, planowanie scenariuszy awaryjnych

- Standardy obsługi spotkań biznesowych i dyplomatycznych
- Protokół dyplomatyczny i biznesowy – precedencja, flagi, prezencja
- Etykieta spotkań z partnerami zagranicznymi (wielokulturowość)
- Warsztat: przygotowanie briefu eventowego i harmonogramu

MODUŁ 3. Turystyka biznesowa w praktyce hotelowej i destynacyjnej (16 h)

- Rola hoteli w obsłudze rynku MICE
- Typologia obiektów konferencyjnych i kongresowych
- Contracting i współpraca z klientem korporacyjnym
- Revenue management w kontekście MICE
- Convention & Visitors Bureaux – funkcje i modele działania
- Tworzenie destynacji MICE – branding i storytelling miasta
- Współpraca samorządów, uczelni i branży w rozwoju MICE

MODUŁ 4. Organizacja konferencji, kongresów i targów (16 h)

- Typologia wydarzeń: konferencje, kongresy, targi, wystawy
- Proces planowania konferencji – role i zadania zespołu
- Projektowanie przestrzeni konferencyjnej (layout, flow uczestników)
- Obsługa uczestników: rejestracja, akredytacje, ticketing
- Zarządzanie zespołem i wolontariuszami
- Współpraca z dostawcami technicznymi i gastronomicznymi
- Bezpieczeństwo i logistyka transportowa
- Warsztat: scenariusz wydarzenia i checklist organizacyjny

MODUŁ 5. Incentives & Corporate Events (16 h)

- Pojęcie incentive travel i jego miejsce w MICE
- Motywacja pracowników i psychologia nagród
- Projektowanie programu incentive (cele, KPI, ROI)
- Team-building, eventy korporacyjne, roadshow
- Integracja i CSR events – zrównoważony wymiar incentive
- Eventy premium i luxury experience
- Przykłady udanych programów incentive (Mercedes Star Experience, Red Bull)
- Warsztat: opracowanie koncepcji programu incentive

MODUŁ 6. Marketing MICE i komunikacja doświadczeń (16 h)

- Marketing wydarzeń – od produktu do emocji
- Strategia komunikacji wydarzenia (model AIDA, kanały)
- Storytelling i brand experience w MICE
- PR i współpraca z mediami
- Social media, influencer marketing i user-generated content
- Kryzys wizerunkowy i komunikacja kryzysowa
- Promocja wydarzeń międzynarodowych
- Warsztat: plan komunikacji wydarzenia + key visual

MODUŁ 7. Technologia i innowacje w eventach MICE (16 h)

- Event-tech – przegląd narzędzi i aplikacji
- CRM i systemy rejestracji uczestników
- AI i automatyzacja w planowaniu wydarzeń
- VR/AR/metaverse – immersyjne doświadczenia
- Hybrydowe formaty wydarzeń – logistyka i technika
- Cyberbezpieczeństwo i ochrona danych
- Zrównoważone technologie eventowe (green events)
- Warsztat: testowanie wybranego narzędzia event-tech

MODUŁ 8. Prawo, finanse i bezpieczeństwo eventów (16 h)

- Umowy eventowe i odpowiedzialność organizatora
- Prawa autorskie i wizerunku w wydarzeniach
- RODO i przetwarzanie danych uczestników
- Budżetowanie wydarzenia – przychody, koszty, ROI
- Analiza finansowa projektu eventowego

- Ubezpieczenia eventowe i ryzyka prawne
- ESG i certyfikacja zrównoważonych wydarzeń (ISO 20121)
- Warsztat: opracowanie budżetu wydarzenia

MODUŁ 9. Warsztat projektowania wydarzeń i case studies (16 h)

- Design thinking w MICE
- Opracowanie „big idea” i storytellingu eventu
- Scenariusz, program, flow wydarzenia
- Dobór lokalizacji, partnerów i sponsorów
- Wizyty studyjne / goście branżowi
- Mentoring projektów i feedback od praktyków
- Praca zespołowa nad projektem końcowym
- Konsultacje i przygotowanie do obrony

MODUŁ 10. Sesja egzaminacyjna – Prezentacja projektu eventu (16 h)

- Omówienie zasad egzaminu i kryteriów oceny
- Konsultacje końcowe i próbne wystąpienia
- Publiczne prezentacje projektów przed komisją
- Feedback i refleksja rozwojowa

Godziny zajęć podane w harmonogramie są godzinami zegarowymi w które wliczone są przerwy. Długość przerw może ulec zmianie w porozumieniu między uczestnikami a wykładowcą.

Ilość godzin programowych jest podana w godzinach dydaktycznych. 1h dydaktyczna = 45 minut (zegarowe).

Czas trwania: 2 semestry.

Dni zajęć: sobota, niedziela od godz. 08:00 do 16:00, wybrane piątki od godz. 16.30

Łączna ilość godzin: 160 godzin kontaktowych.

Liczba godzin zajęć teoretycznych: 68 godzin

Liczba godzin zajęć praktycznych: 92 godzin

Program umożliwia uzyskanie 30 punktów ECTS.

Warunki zaliczenia: zaliczenie modułów + obrona projektu końcowego (event plan).

Kluczowe Atuty:

Kompleksowe przygotowanie do pracy w branży - program obejmuje pełen cykl organizacji wydarzenia – od koncepcji, przez planowanie i budżetowanie, po marketing, komunikację i ewaluację.

Wizyty studyjne i case studies - uczestnicy poznają kulisy pracy hoteli, centrów kongresowych i agencji eventowych, analizując przykłady udanych projektów w Polsce i za granicą.

Nowoczesne technologie eventowe - zajęcia obejmują wykorzystanie AI, VR/AR, narzędzi event-tech oraz zrównoważonych rozwiązań (green events) – zgodnych z najnowszymi trendami branżowymi.

Networking i współpraca z ekspertami - studia to doskonała okazja do budowania sieci kontaktów zawodowych oraz wymiany doświadczeń z osobami działającymi w różnych sektorach rynku MICE.

Zajęcia na studiach w formie stacjonarnej realizowane są w formie ćwiczeń, warsztatów, analizy studiów przypadków (case study), wykładów multimedialnych oraz konsultacji z ekspertami.

Zajęcia na studiach w formie zdalnej, prowadzone w czasie rzeczywistym, realizowane są w formie ćwiczeń, rozmów na żywo, analizy przypadków, testów, współdzielenia ekranu oraz moderowanych dyskusji na czacie w czasie rzeczywistym.

Zajęcia prowadzone przez doświadczonych praktyków branży MICE – menedżerów, hotelarzy, ekspertów PR i event managerów, którzy dzielą się realnym doświadczeniem zawodowym.

Aktywizująca Uczestników forma prowadzenia zajęć pozwoli na wyćwiczenie umiejętności rozwiązywania problemów zarówno przedstawianych przez wykładowcę jak i podnoszonych na bieżąco przez słuchaczy.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 0

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
Brak wyników.						

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	8 900,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	8 900,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	55,63 PLN
Koszt osobogodziny netto	55,63 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 5



1 z 5

dr Marta Adamczyk, prof. AG

Profesor Akademii Górnośląskiej im. W. Korfanteo w Katowicach, doktor nauk społecznych w dyscyplinie nauki o zarządzaniu i jakości, Rektor Akademii Górnośląskiej. Absolwentka studiów podyplomowych z zakresu zarządzania zasobami ludzkimi, psychologii biznesu oraz public relations. Wykładowca akademicki specjalizujący się w „miękkim” zarządzaniu – zarządzaniu zasobami ludzkimi, komunikacji w biznesie, employer branding, budowaniu zespołów oraz zarządzaniu wizerunkiem przedsiębiorstw. Uczestniczka licznych kursów i szkoleń z zakresu zarządzania, marketingu, PR i zarządzania w szkolnictwie wyższym. Ponad 20-letni doświadczenie zawodowe zdobywała na stanowiskach menedżerskich, zarządzając wieloosobowymi zespołami w obszarach marketingu, organizacji kształcenia oraz funkcjonowania jednostek zamiejscowych uczelni. Prezes Fundacji Promocji Nauki i Sportu Akademickiego, członek licznych rad i gremiów eksperckich, m.in. Rady Regionalnej Izby Gospodarczej w Katowicach, Rady Nadzorczej Polskiej Unii Edukacyjnej, Fundacji AI LAW TECH, Sektorowej Rady ds. Kompetencji Sektora Komunikacji Marketingowej oraz Rady Biznesu AG. W ciągu ostatnich 5 lat rozwijała swoje doświadczenie zawodowe i naukowe w wymienionych obszarach specjalizacji.



2 z 5



Dr Grzegorz Jankowski, prof. AG

Pracownik badawczo-dydaktyczny Katedry Turystyki Akademii Górnośląskiej im. Wojciecha Korfa w Katowicach, dziekan ds. kierunku Turystyka i Rekreacja. Autor licznych publikacji w krajowych i zagranicznych czasopismach naukowych dotyczących turystyki, w tym turystyki wodnej, atrakcyjności turystycznej krajobrazu oraz zagospodarowania turystycznego, a także opracowań eksperckich. Prowadzi zajęcia z zakresu turystyki, hotelarstwa i gastronomii, ekologii oraz historii podróżowania, aktywnie uczestnicząc w realizacji programów studiów I i II stopnia jako ich autor i współautor. Współpracuje z instytucjami branży turystycznej, w tym ze Śląską Organizacją Turystyczną, Śląską Izbą Turystyczną, Polską Izbą Turystyki oraz Silesian Convention Bureau. Był członkiem Śląskiej Rady Turystyki przy Marszałku Województwa Śląskiego oraz członkiem zespołu doradczego przy Marszałku Województwa Śląskiego do spraw rozwijania żeglugi śródlądowej, a także uczestniczył w pracach Śląskiego Klastra Kultury, Turystyki i Rekreacji. W ciągu ostatnich 5 lat aktywnie rozwijał doświadczenie zawodowe i naukowe w wymienionych obszarach specjalizacji.



3 z 5

Sebastian Gronet

Doświadczony menedżer projektów oraz specjalista z zakresu marketingu i PR, ekspert w dziedzinie przemysłu spotkań. Obecnie pełni funkcję Project Managera w Silesia Convention Bureau działającym w ramach Śląskiej Organizacji Turystycznej, aktywnie działając na rzecz promocji województwa śląskiego jako atrakcyjnej destynacji MICE oraz wspierając rozwój turystyki biznesowej w regionie. W pracy zawodowej zajmuje się budowaniem wizerunku regionu na rynku krajowym i międzynarodowym, uczestnicząc w kluczowych targach branżowych, współtworząc wydarzenia integrujące regionalną branżę spotkań oraz angażując się w rozwój innowacyjnych produktów turystycznych, w tym programów incentive travel. Ukończył politologię, socjologię reklamy i komunikację społeczną oraz zarządzanie, poszerzył kwalifikacje poprzez studia podyplomowe managerskie i kurs Business English. W ciągu ostatnich 5 lat aktywnie rozwijał doświadczenie zawodowe w wymienionych obszarach specjalizacji.



4 z 5

Łukasz Mączka

Doświadczony specjalista w branży hotelarskiej, ekspert w zakresie sprzedaży, marketingu i zarządzania operacyjnego w hotelach. Od 2022 roku związany z pięciogwiazdkowym hotelem CrystalMountain w Wiśle, najpierw jako kierownik sprzedaży i rezerwacji, a od 2023 roku jako dyrektor sprzedaży i marketingu, odpowiedzialny za wdrażanie strategii sprzedażowych, zarządzanie zespołami oraz optymalizację działań marketingowych. W latach 2018–2023 pełnił funkcję dyrektora w Green Hill Business & SPA oraz w hotelu Wisła Premium***, prowadząc działania sprzedażowe i marketingowe, PR i e-commerce, nadzorując operacje hotelowe oraz wspierając procesy rekrutacyjne i administracyjne. Pod jego przewodnictwem hotel CrystalMountain umocnił pozycję lidera rynku hotelarskiego w Polsce, zdobywając MP Power Awards w kategorii hotelu konferencyjno-eventowego, a sam został finalistą Hotelarza roku w kategorii Hotelarz do 35 roku życia. Specjalizuje się w budowaniu strategii sprzedażowych, zarządzaniu zespołami oraz kształtowaniu najwyższych standardów obsługi gości. W ciągu ostatnich 5 lat aktywnie rozwijał doświadczenie zawodowe w wymienionych obszarach specjalizacji.



5 z 5

Krzysztof Staniszewski

Doświadczony menedżer w branży hotelarskiej, ekspert w zakresie zarządzania operacyjnego, strategii sprzedaży i wdrażania standardów obsługi gości. Od 2021 roku pełni funkcję Dyrektora Operacyjnego w hotelu Crystal Mountain***** w Wiśle, a od 2023 roku Dyrektora Generalnego, odpowiadając za całość operacji hotelowych, rozwój strategii sprzedaży oraz podnoszenie standardów usług. W latach 2018–2023 zarządzał flagowymi obiektami sieci Zdrojowa Hotels, w

tym hotelami Diune***** i Marine*****, pełniąc funkcje kierownicze oraz członka zarządu sieci, prowadząc działania operacyjne, sprzedażowe i marketingowe. Pod jego przewodnictwem hotel Crystal Mountain***** zdobył prestiżowe nagrody, m.in. Perfect SPA Award oraz MP Power Award. Specjalizuje się w zarządzaniu zespołami, optymalizacji procesów operacyjnych oraz realizacji wysokiej jakości usług w sektorze MICE i turystyki hotelarskiej. W ciągu ostatnich 5 lat aktywnie rozwijał doświadczenie zawodowe w wymienionych obszarach specjalizacji.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały dydaktyczne przekazywane są uczestnikom drogą elektroniczną – za pośrednictwem poczty e-mail. Uczestnicy otrzymają materiały bezpośrednio związane z realizowaną usługą rozwojową, takie jak: skrypty, pliki dokumentów przygotowanych w dowolnych formatach.

Warunki uczestnictwa

Na studia przyjmowane są osoby z wyższym wykształceniem na poziomie studiów I stopnia, II stopnia lub jednolitych studiów magisterskich (licencjat, inżynier, magister).

Zapis w Bazie Usług Rozwojowych (BUR) nie jest równoznaczny z przyjęciem na studia w Uczelni. Warunkiem przyjęcia na studia jest rejestracja w systemie internetowej rekrutacji, złożenie kompletu wymaganych dokumentów oraz dopełnienie wszystkich formalności.

Informacje dodatkowe

Organizator zapewnia rozdzielną walidację od procesu kształcenia.

Dokumentem potwierdzającym ukończenie studiów podyplomowych jest Świadectwo ukończenia studiów podyplomowych.

Usługi realizowane przez Akademię są zwolnione z VAT na podstawie Art. 43 ust. 1 pkt. 26 ustawy o Vat i §3 ust. 1 pkt 13 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20.12.2013 r. w sprawie wykonania niektórych przepisów ustawy o podatku od towarów i usług.

Na terenie Uczelni dostępne są udogodnienia dla osób ze szczególnymi potrzebami, w tym: winda, dostosowane wejście, toaleta, parkingz miejscami dla osób z niepełnosprawnościami oraz możliwość skorzystania ze wsparcia Centrum Osób ze Szczególnymi Potrzebami.

Warunki techniczne

Zajęcia realizowane zdalnie - poprzez platformy Ms Teams, Zoom.

Minimalne wymagania sprzętowe: Urządzenie z dostępem do Internetu (telefon, tablet, komputer). Sprawny mikrofon i kamerainternetowa.

Minimalne wymagania dotyczące parametrów łącza sieciowego, jakim musi dysponować Uczestnik: download 8 mb/s, upload 8mb/s,ping 15 ms

Niezbędne oprogramowanie umożliwiające Uczestnikom dostęp do prezentowanych treści i materiałów: Zalecamy wykorzystanie przeglądarki internetowej najnowszej wersji.

Adres

ul. Harcerzy Września 1939 3

40-659 Katowice

woj. śląskie

Akademia Górnośląska budynek A oraz B

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi
- Laboratorium komputerowe
- Bezpłatny niestrzeżony parking, liczba miejsc ograniczona

Kontakt



SVITLANA BLINOVA

E-mail svitlana.blinova@akademiagornoslaska.pl

Telefon (+48) 32 3570 584