

Projekt menedżerski

Praktyczne wskazówki

Dobre praktyki, przykłady i najczęstsze błędy



Wstęp

Idea przewodnika

Oddajemy Ci narzędzie, które ma jeden cel: pomóc zamienić przydzielony temat w wiarygodny, autorski projekt menedżerski. Nie chodzi o slajdy „żeby zaliczyć”, lecz o decyzje, które potrafisz obronić.

Najlepszy projekt łączy wiedzę, konkretny przypadek, realistyczne założenia i Twoje własne spojrzenie na sport.

Jesteśmy po to, by pomagać, zadawać właściwe pytania i pilnować jakości.

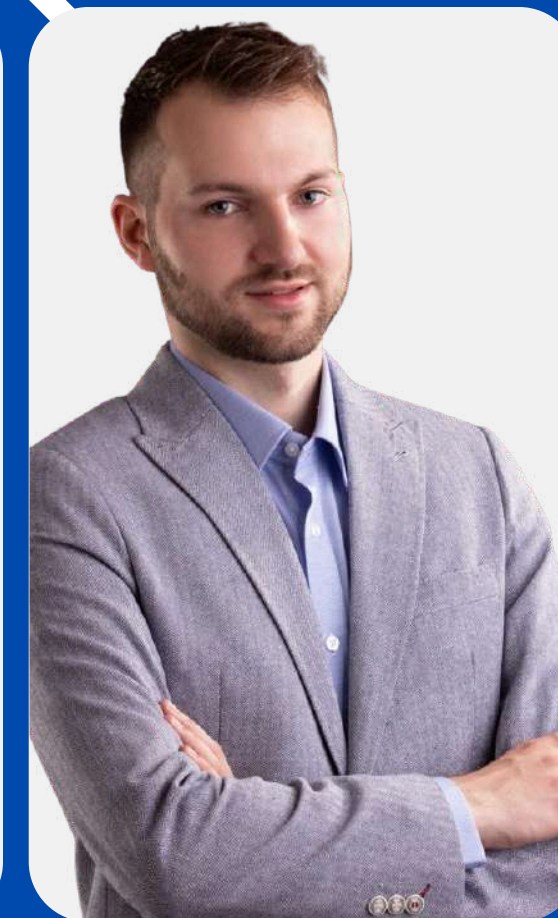
Autorstwo, rzetelność i decyzje należą do Ciebie.



**prof. WSEWS
Marek Rybiński**



**prof. WSEWS
Maciej Słowak**



**mgr
Paweł Wojtaś**

To ma znaczenie dla Twojego dyplomu

01

OCENA KOŃCOWA

Ocena z projektu jest odrębnym składnikiem przy ustalaniu końcowego wyniku studiów.

02

JAKOŚĆ MA ZNACZENIE

Wytyczne MOS: oceny bardzo dobra i dobra plus wiążą się z dyplomem i certyfikatem Menedżera Obiektu Sportowego.

03

FABRYKA MENEDŻERÓW

Wyróżnione projekty mają możliwość prezentacji podczas Fabryki Menedżerów Sportu.

Ważne

To nie może być praca „na ostatnią chwilę”.
Dobra ocena i szansa na FMS zaczynają się od solidnej koncepcji.





Zasady formalne: trzymaj się wytycznych

Aktualność terminów i wymogów sprawdź przed złożeniem pracy.

15

DOKŁADNIE TYLKO
SLAJDÓW

4

SLAJDY ZE WZORU
UCZELNI

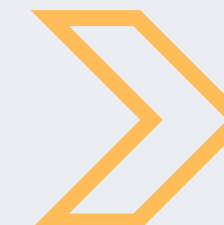
11

SLAJDÓW AUTORSKICH

PPT / PDF

FORMA ELEKTRONICZNA

Temat z szeroko rozumianej kultury fizycznej - wskazany przez Promotorów.
Do wyboru rozwiązania pasują m.in. sport, rekreacja, kluby, obiekty, wydarzenia, marketing i sponsoring.



Anatomia projektu: 15 slajdów

Cztery slajdy mają jednolity format. Pozostałe 11 projektujesz samodzielnie.

01

STRONA TYTUŁOWA

Autor, numer albumu, temat, promotor, recenzent, miejsce i rok.

02

OŚWIADCZENIE AUTORA

Oficjalny wzór; nie zastępuj własnym tekstem.

03

KNOW-HOW

Oficjalny wzór; uzupełnij dane autora i temat.

04-14

TWOJA TREŚĆ

Opis tematu, konkretne przykłady, źródła, własne propozycje i wnioski - zależnie od tematu projektu

15

KONTAKT Z MENEDŻEREM

Imię, nazwisko, e-mail i fotografia; według wzoru.



Zanim zaczniesz: ustal formalności

Zanim przygotujesz pierwszy slajd, sprawdź najważniejsze wymagania dotyczące projektu.



TEMAT

Sprawdź indywidualny temat w aktualnym przydziale.



PROMOTOR I RECENZENT

Zweryfikuj nazwiska oraz zasady wyboru recenzenta.



WZORY

Pobierz obowiązkowe slajdy: 1, 2, 3, 15.



TERMIN I ADRES

Sprawdź termin oddania projektu oraz adres, na który należy go przesłać

PAMIĘTAJ!

Korzystaj wyłącznie z aktualnych wytycznych. W razie wątpliwości skontaktuj się ze swoim promotorem.

Proces w 6 krokach

Najpierw wybierz przykład i zbierz materiały. Potem zadбай o czytelne slajdy.

01 ROZUMIEM TEMAT

Granice zadania + pytanie menedżerskie

02 WYBIERAM CASE

Konkretny klub, obiekt, wydarzenie lub społeczność

03 SPRAWDZAM DANE

Źródła, rozmowy, obserwacja, założenia

04 WYBIERAM NAJWAŻNIEJSZE

Ustalam, co chcę pokazać i w jakiej kolejności

05 DODAJĘ WŁASNE WNIOSKI

Opisuję obserwacje i podaję proste rekomendacje

06 BUDUJĘ PREZENTACJĘ

11 autorskich slajdów + wymagane wzory



Temat przydzielony ≠ temat bez pomysłu

Temat jest przydzielany indywidualnie. Możesz go rozszerzyć, zachowując główny sens zadania.

Organizacja zawodów w rugby



Turniej rugby na przykładzie Ogniw Sopot

Piknik rodzinny



Piknik sportowo-rekreacyjny dla mieszkańców Ursynowa

Promocja aktywności fizycznej



Plan komunikacji zajęć na wybranym osiedlu w Bielsku-Białej



Dlaczego warto wybrać lokalny case study?

MASZ DOSTĘP

Znasz miejsce, możesz odwiedzić obiekt i porozmawiać z ludźmi.

LEPIEJ ZNASZ REALIA

Łatwiej znaleźć lokalne stawki, partnerów i zasoby.

WIDZISZ PROBLEM

Odróżnisz realną potrzebę od pomysłu „bo dobrze brzmi”.

ŁATWIEJ WDROŻYĆ

Projekt może zainteresować konkretną szkołę, klub lub samorząd.

Case study

To analiza konkretnego przypadku - oparta na danych, realiach i kontekście. Wymyślone dane muszą zostać uczciwie oznaczone jako założenia.

Dobry case study jest bliżej, niż myślisz

Nie musisz opisywać wielkiego klubu. Najlepszy przykład to często ten, który naprawdę znasz.

01

LOKALNY KLUB

akademia, sekcja, UKS

Nabór, komunikacja, współpraca z rodzicami

02

WYDARZENIE W OKOLICY

bieg, turniej, piknik sportowy

Promocja, odbiorcy, organizacja wydarzenia

03

OBIEKT SPORTOWY

hala, boisko, pływalnia

Oferta, dostępność i komunikacja z użytkownikami

ZASADA: Wybierz miejsce, wydarzenie lub organizację, do których możesz znaleźć wiarygodne informacje.



Przykładowe case study

17. Bieg Ursynowa (2025)

8 czerwca 2025 r. odbył się na Ursynowie bieg uliczny. Start i meta były przy Urzędzie Dzielnicy. To dobry punkt wyjścia do pokazania, jak organizuje się i promuje wydarzenie.



MIEJSCE

al. KEN 61, Warszawa

KTO?

Urząd Dzielnicy Ursynów

DATA

8 czerwca 2025 r.

DO ANALIZY

organizacja i promocja biegu

Gdzie szukać prawdziwych case study?

Zacznij od oficjalnych źródeł. Dopiero później szukaj opinii, zdjęć i relacji.

01 STRONA ORGANIZATORA

program, regulamin, kalendarz, opis wydarzenia

02 URZĄD MIASTA / OSiR

aktualności, wyniki konkursów i miejskie wydarzenia

03 MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE

posty klubu, relacje fotograficzne, komentarze

04 PORTALE LOKALNE

zapowiedzi, reportaże i głosy mieszkańców

05 BIP / E-ZAMÓWIENIA

ogłoszenia i dokumenty dotyczące organizacji

06 ROZMOWA I OBSERWACJA

wywiad, wizyta na obiekcie, własne notatki



Sześć zasad estetycznej prezentacji

To wskazówki projektowe, nie dodatkowe formalne wymogi uczelni.

01 HIERARCHIA NAGŁÓWKÓW

Tytuły ok. 28–32 pt; krótkie opisy najlepiej 18–24 pt.

02 2–3 KOLORY

Ustal jedną paletę i stosuj ją konsekwentnie.

03 RÓWNE MARGINESY

Zachowaj odstępy od brzegów i między elementami.

04 DOBRY KONTRAST

Ciemny tekst na jasnym tle albo jasny na ciemnym.

05 JEDEN STYL

Powtarzaj te same fonty, nagłówki i podpisy.

06 WIĘCEJ OBRAZÓW

Stosuj zdjęcia, mapy i screeny zamiast ściany tekstu.

Projekt ma się czytać w 3 minuty

Czytelna prezentacja pozwala szybko zrozumieć temat, założenia i najważniejsze wnioski.

ZAMIAST TEGO

Długi akapit z kilkunastoma zdaniami i ogólnymi hasłami, który wymaga czytania i trudno z niego wychwycić najważniejszą informację. Bez liczb i decyzji.

ZRÓB TAK

12 **drużyn**

Jednodniowy turniej lokalny

Zasady

Jeden slajd = jeden główny wniosek.
Krótkie nagłówki, czytelna hierarchia, wykresy z opisem źródła i minimum ozdóbek.





Zamień akapit na krótkie punkty

Czytelnik powinien zrozumieć slajd w kilka sekund - nie czytać go jak strony podręcznika.

PRZED

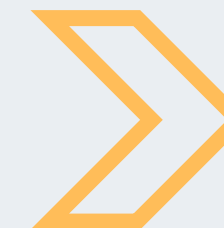
Promocja lokalnego wydarzenia

W promocji wydarzenia sportowego można wykorzystać różne kanały komunikacji takie jak publikacje w mediach społecznościowych, informacje na stronie internetowej, plakaty w okolicy, a także współpracę z lokalnymi partnerami i szkołami.

PO

Jak promować lokalne wydarzenie?

- Media społecznościowe klubu
- Strona internetowa organizatora
- Plakaty w najbliższej okolicy
- Współpraca ze szkołami i partnerami



Czasem lepsza jest tabela niż opis

Tabelę wybieraj wtedy, gdy porównujesz elementy według tych samych kryteriów.

ZAMIAST

Długi opis promocji

Social media pozwalają dotrzeć do młodzieży. Plakaty pomagają przypomnieć o wydarzeniu mieszkańcom. Strona internetowa może zawierać szczegółowy harmonogram...

POKAŻ

Kanał i jego zadanie

KANAŁ	GŁÓWNE ZADANIE
Social media	Zainteresować wydarzeniem
Plakaty	Dotrzeć do mieszkańców okolicy
Strona www	Podać zasady i harmonogram



Zdjęcie, mapa albo zrzut ekranu? Tak!

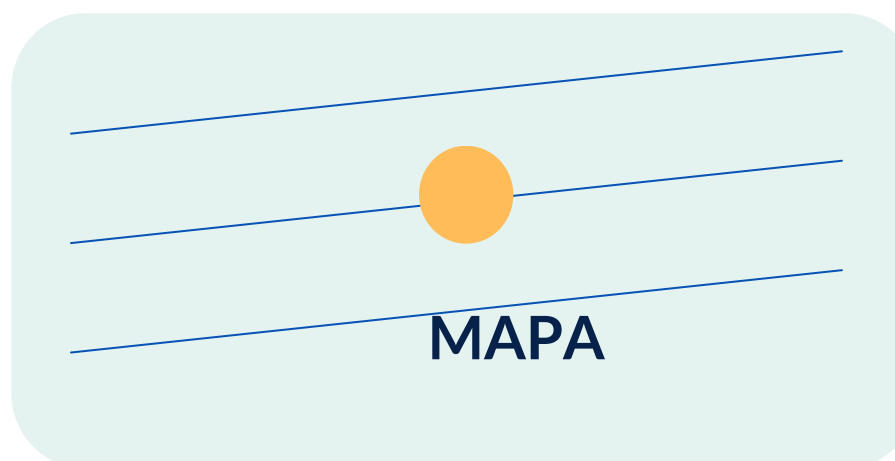
Obraz ma coś udowadniać lub ułatwiać zrozumienie - nie tylko zajmować wolne miejsce.



ZDJĘCIE

Pokaż miejsce, wydarzenie lub odbiorców.

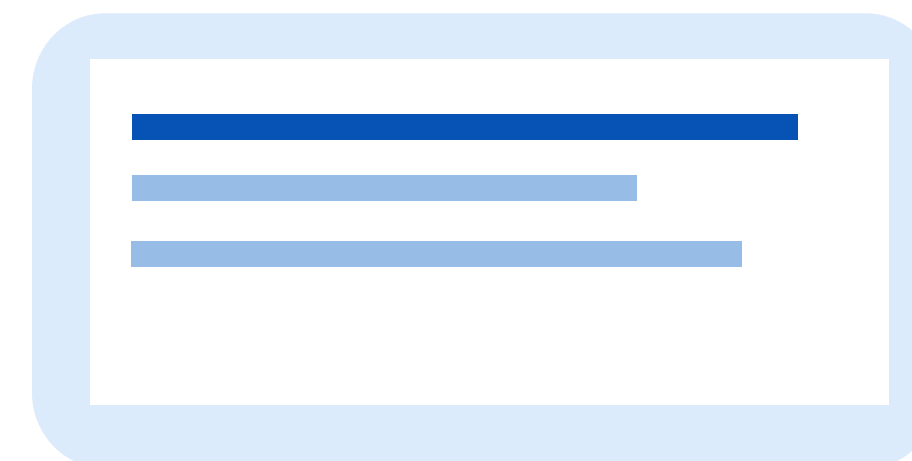
Podpisz autora i źródło.



MAPA / PLAN

Pokaż lokalizację, trasę lub sąsiedztwo.

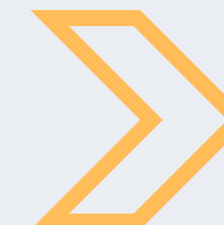
Podaj źródło mapy i datę.



ZRZUT EKRANU

Pokaż komunikat, stronę lub post klubu.

Zaznacz, co jest najważniejsze.



Zadbaj o techniczną stronę pliku

Świetna treść nie pomoże, jeśli prezentacja będzie nieczytelna lub uszkodzona.

01 FORMAT 16:9

Zalecany format 16:9 - z zachowaniem obowiązkowych wzorów uczelni.

02 ZGODNOŚĆ Z WYTYCZNYMI

Wytyczne MOS 2025/26: 15 slajdów; 1-3 i 15 wg wzorów.

03 JAKOŚĆ OBRAZÓW

Bez rozciągniętych zdjęć i nieostrych zrzutów.

04 SPRAWDZENIE NA INNYM EKRANIE

Otwórz plik na innym komputerze lub wyświetl podgląd.

05 WERSJA ZAPASOWA

Zapisz plik edytowalny i dodatkowo PDF.

06 NAZWA PLIKU

Nazwisko_Imię_Temat_Projekt – bez „final_final2”.



AI pomaga myśleć. Nie może zastąpić autora.

MOŻESZ

Burza mózgów, porządkowanie notatek, korekta języka, szukanie pytań krytycznych.

MUSISZ

Samodzielnie sprawdzić liczby, źródła, cytaty, prawo, aktualność i wykonalność.

NIE WOLNO

Oddawać skopiowanej 1:1 treści jako własnej, fikcyjnych badań czy zmyślonych źródeł.

Promotorzy czuwają

Sprawdzamy spójność projektu, źródła, dane i samodzielność.
Możemy zapytać o każdą liczbę i rekomendację. Sama „wykrywalność AI” nie jest nieomylnym dowodem.

Jak korzystać z AI odpowiedzialnie?

AI ma wspierać Twoją pracę, a nie wykonywać ją za Ciebie. To Ty odpowiadasz za treść projektu.

NIE TAK

„Napisz mi całą prezentację zaliczeniową o turnieju, wymyśl statystyki i dodaj źródła”.

TAK

„Oto moje założenia, źródła i budżet. Wskaż 5 luk w logice projektu i pytania, na które powinienem sam odpowiedzieć”.

Zasada 3 × S

Sprawdź fakty. Sformułuj własny wniosek. Samodzielnie obroń każdą decyzję.



Najczęstsze błędy, które obniżają jakość

Dobry pomysł to dopiero połowa sukcesu. Liczy się również sposób jego opracowania i przedstawienia.

01 BRAK KONKRETNEGO CASE

Same ogólniki bez przykładu z otoczenia (jeżeli pozwala na to temat)

02 BŁĘDNE DANE

Fakty i statystyki bez weryfikacji

03 ŚCIANA TEKSTU

Długie akapity zamiast krótkich punktów

04 SŁABA OPRAWA GRAFICZNA

Drobne litery, chaos i przypadkowe kolory

05 KOPIUJ-WKLEJ Z AI

Tekst bez autorskich decyzji i sprawdzonych danych

06 ZŁAMANY FORMAT

Zła liczba slajdów lub brak obowiązkowych wzorów



Jak ocenić projekt przed wysyłką?

Czy Twój projekt jest gotowy do oceny? Sprawdź pięć kluczowych elementów!

ZGODNOŚĆ

temat, 15 slajdów, szablony, wymagane dane

RZETELNOŚĆ

źródła informacji, poprawność danych, odróżnianie faktów od własnych opinii

CASE STUDY

konkretny, prawdziwy przykład | jeśli pozwala na to temat

AUTORSKOŚĆ

własne decyzje i krytyczne wnioski

KOMUNIKACJA

czytelna forma, logika i poprawny język

Ćwiczenie

Oceń każdy obszar od 1 do 3, uzasadnij wynik i popraw najgorsze dwa elementy.



Podsumowanie

Dobry projekt to połączenie rzetelnych informacji, własnych pomysłów i estetycznej prezentacji. Zadbaj o każdy z tych elementów!

W razie wątpliwości lub technicznych pytań Twoi promotorzy (prof. Marek Rybiński, prof. Maciej Słowak, mgr Paweł Wojtaś) pozostają do Twojej dyspozycji.

Najważniejsze rzeczy, o których musisz pamiętać:

**Przestrzegaj
wytycznych**

**Korzystaj
z prawdziwych
przykładów**

Myśl samodzielnie

Zadbaj o estetykę



Ostatnie 5 minut: checklista projektu

Otwórz prezentację od początku do końca i zaznacz, co już sprawdzone.

- ☐ Temat pozostaje zgodny z przydziałem.
- ☐ Jeśli to możliwe: w projekcie jest prawdziwy, konkretny case study.
- ☐ Każdy autorski slajd ma jasny tytuł i niewiele tekstu.
- ☐ Tabele, zdjęcia i grafiki są czytelne, z podpisanymi źródłami.
- ☐ Mam własne obserwacje i wnioski; AI nie zastępuje mojego autorstwa.
- ☐ Liczba slajdów i obowiązkowe wzory są zgodne z wytycznymi.

Powodzenia!

Zrób projekt, pod którym możesz się podpisać

Nie chodzi o 15 ładnych slajdów.
**Chodzi o 15 slajdów, za którymi
stoi Twoje myślenie.**

**Sprawdź. Uzasadnij. Dopracuj. Zadbaj o szczegóły.
A potem z przekonaniem obroń swoją koncepcję.**

