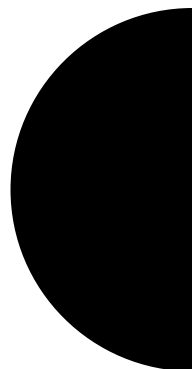


ZOSTAŃ AMBASADOREM **INNOWACJI**
ODWAŻ SIĘ ŁAMAĆ SCHEMATY,
WPROWADZAĆ ZMIANY,
KORZYSTAĆ Z TRENDÓW.

BROSZURA
INFORMACYJNA

2020/2021

POWERED BY
sar:



O SZKOLE

WIERZYMY, ŻE **INNOWACJA** TO ZMIANA I METODA
ROZWIĄZYWANIA PROBLEMÓW
INNOWACJE SĄ **SZANSĄ NA ROZWÓJ**
W TRUDNYCH WARUNKACH

Innovation Camp powstał, ponieważ wierzymy, że **INNOWACJA** to projektowania zupełnie nowych rozwiązań komunikacyjnych, budowania marek i produktów w marketingu i rozwoju biznesu. Wierzymy również, że branża marketingowo-komunikacyjna staje się inkubatorem innowacji w biznesie i komunikacji.

Stawiając na innowacyjny proces nauczania, współpracę z instytucjami zewnętrznymi, doświadczenie praktyków-wykładowców i sieć kontaktów szkoła ma nauczyć efektywnego zarządzania procesem kreowania i wdrażania innowacji w przedsiębiorstwach.

CELE

GŁÓWNYM CELEM **INNOVATION CAMP** JEST:

- Przekształcenie pomysłów w rzeczywistość - proces twórczy i szukanie innowacyjnych rozwiązań, ale także ich cena i odpowiedni wybór;
- Proces twórczy i szukanie innowacyjnych rozwiązań;
- Poznanie narzędzi, które pozwolą tworzyć innowacje w biznesie oraz szerzyć kulturę innowacji;
- Zapoznanie z trendami, innowacjami, inspirowanie i pokazywanie nowych ścieżek.

DLA KOGO

Adresatami Innovation Camp są osoby ceniące nieszablonowe rozwiązania, gotowe do poznawania i łączenia różnych perspektyw, chcące rozwijać swoją kreatywność w duchu innowacyjności, pragnące zostać twórcami zmian oraz ambasadorami innowacji w swojej firmie. Mające minimum dwuletnie doświadczenie zawodowe, które chcą rozwiązać własny problem/pomysł.

O CZYM

JEST

INNOVATION CAMP

- O szukaniu inspiracji, pokazywaniu dróg i świadomym ich wybieraniu;
- O procesie twórczym i kreatywnym szukaniu innowacyjnych rozwiązań;
- O trendach, nowych rozwiązaniach biznesowych oraz marketingowych;
- O narzędziach, które pozwalają tworzyć innowacje w biznesie i dla biznesu;
- O rozwoju kompetencji i umiejętności;

PROGRAM

Innovation Camp odpowiada na pytanie „jak mogę być innowacyjny?” i pokazuje, jak innowacyjność postrzegają najlepsi na rynku oraz jakie korzyści mogą płynąć z wprowadzenia kultury innowacyjności dla organizacji. Pokazuje również jak wprowadzać innowacje w swoim zespole, firmie, produkcie czy usłudze i wyposaża w praktyczne narzędzia do skutecznego modelowania procesu innowacji.

- Innovation Camp wskazuje trendy, ucząc jednocześnie, jak z nich korzystać i pozwala wejrzeć w nieuświadomione potrzeby klienta i je zidentyfikować, pomaga spojrzeć krytycznie na własny biznes pod kątem innowacyjności.
- Innovation Camp chce budować społeczność ambasadorów zmian, którzy z odwagą projektują i wdrażają innowacyjne rozwiązania.
- Innovation Camp uczy myślenia projektowego, technik testowania i prototypowania.

DZIĘKI INNOVATION CAMP:

- Zrozumiesz różnicę między KPI i OKR w odniesieniu do innowacyjnych procesów w firmie,
 - Ocenisz wpływ wyboru określonej metodyki/modelu biznesowego na dany produkt i rozwój innowacji.
 - Nauczysz się projektować doświadczenia zgodnie z charakterem i kategorią marki, używając przy tym adekwatnych metod i strategii.
 - Będziesz potrafił spojrzeć na komunikację marketingową przez szeroki pryzmat kulturowy i wykorzystać go do budowania innowacji w organizacji.
- Poznasz najnowsze narzędzia badawcze, nauczysz się zadawać pytania i interpretować wyniki.

JAK UCZYMY

W INNOVATION CAMP

Uczestnik nabiera kompetencji poprzez praktyczne doświadczanie pracy nad konkretnymi projektami realizowanymi w trakcie zajęć. Zaczynając od diagnozy problemu, przez budowanie zespołu, poszukiwanie rozwiązań, prototypowanie modeli do wdrażania pomysłów, projektów i ich ewaluację.

- 20 całonocnych sesji (140h szkoleniowych)
- Zajęcia aktywne i aktywizujące - warsztaty, eksperymenty, sesje konsultacyjne, sesje inspiracyjne
- Zajęcia w proporcji: 80% zajęcia praktyczne, 20% zajęcia teoretyczne
- Małe grupy i zespoły projektowe - wzajemna inspiracja w bliskiej relacji w wykładowcami

KIM JEST ABSOLWENT

INNOVATION CAMP

ABSOLWENT INNOVATION CAMP TO
LIDER ZMIANY/ AMBASADOR ZMIANY (INNOWACJI)
W BIZNESIE/ORGANIZACJI, TO OSOBA:

- Z potencjałem do wywierania wpływu na swoje otoczenie biznesowe;
- Umiejętnie diagnozująca potrzeby organizacyjne, zespołowe, własne, projektowe i skutecznie poszukująca właściwych rozwiązań, rozpoznająca możliwości, motywująca i zmotywowana;
- Świadoma swoich możliwości i ograniczeń - jako lider, koordynator, członek interdyscyplinarnych zespołów;
- Potrafiąca budować grupy zadaniowe i mediować między sferą biznesu i branży komunikacyjnej;
- Śledząca trendy, wyłapująca nowe szanse i możliwości;
- Chętna do wdrażania nowych pomysłów, nieobawiająca się porażek;
- Rozumiejąca i doceniająca różnice, zmieniająca kulturę pracy, wprowadzająca pionierskie rozwiązania.

SZCZEGÓŁOWY PROGRAM CEL 0.1-0.5

CEL	TYTUŁ ZAJĘĆ	ZAKRES TEMATYCZNY	🕒	PROWADZĄCY
0.1 INSPIRACJA MOTYWACJA NETWORKING	Jump Start	Inauguracja poprzez inspirację. Nawigacja przez program- cele Innovation Camp	8 h	Michał Dunin Igor Gałązkiewicz Julia Kozak Łukasz Zaleśney Rada Programowa Innovation CAMP
	Networking + ustawienie celów	Inauguracja poprzez inspirację cd. Networking połączony z przeglądem case'ów uczestników	6 h	Agnieszka Górską Rada Programowa Innovation CAMP
0.2 JAK PRACOWAĆ Z (SOBĄ) I (Z) ZESPOŁEM?	„JA” jako ambasador zmiany w moim zespole i organizacji Zespół - struktury + Narzędzia - Agile	Jak zmienić przestrzeń aby, stworzyć warunki do innowacji, pobudzić kreatywne myślenie i przygotować siebie, swój zespół i organizację na te zmiany	14 h	Anna Putts Marcin Olkowicz
0.3 UCZENIE UWAŻNOŚCI W RELACJACH BIZNESOWYCH, TRENING EMPATII	Voice of Customers w Organizacji	Trening empatii- jak definiować potrzeby klientów	8 h	Piotr Gajnodzinow
	Twój zewnętrzny dział R&D, czyli co tysiąc głów, to nie jedna	Przedstawienie możliwości i narzędzi pozwalających na wykorzystanie wiedzy rynkowej w procesie rozwoju firmy/organizacji	6 h	Katarzyna Czuchaj
0.4 POZNANIE METODY DESIGN THINKING	Service Design - projektowanie rozwiązań skoncentrowanych na potrzebach klientów	Sposób pracy w metodzie Service Design. Wartości dla biznesu, jakie niesie projektowanie, w którego centrum jest klient i jego potrzeby	14 h	Magda Dobrowolska Sagan
0.5 WYZWANIA PROJEKTOWE, TRENDY, VALUE PROPOSITION	Trendy	Trendy, obszary innowacji i ich typy. Jak szukać trendów?	8 h	Informacja wkrótce
	Jak mierzyć innowacje- przewodnik po określaniu celów	Co, kiedy i jak mierzyć, wprowadzając innowację do organizacji? Jak definiować jej sukces?	6 h	Aleksandra Polak

SZCZEGÓŁOWY PROGRAM CEL 0.6-0.9

CEL	TYTUŁ ZAJĘĆ	ZAKRES TEMATYCZNY	🕒	PROWADZĄCY
0.6 PROTOTY- POWANIE, TESTOWANIE	Service Design- projektowanie rozwiązań skoncentrowanych na potrzebach klienta	Poznanie wartości budowania rozwiązania w wielokrotnej iteracji prototypowania i testowania- szybki proces tworzenia rozwiązań. Poznanie różnych metod tworzenia prototypów	14 h	Magda Dobrowolska Sagan
	0.7 INNOWACJE W BIZNESIE	Projektowanie doświadczeń	Najnowsze narzędzia integrujące różne dyscypliny: od marketingu, przez kulturę, design, architekturę, sztukę czy styl życia, pozwalające na projektowanie konsumenckich doświadczeń. Od poziomu wizerunku do wszelkich punktów styku z marką	14 h
Innowacje w strategii firmy		Innowacje w strategii firmy oraz omówienie modeli biznesowych	8 h	Łukasz Wyglądała
Innowacje w produkcji		Innowacje w produkcji - user experience, mobile experience, video&audio	8 h	Łukasz Wyglądała
0.8 TECHNOLOGIA W BIZNESIE	Agile Framework, Agile Transformation	Omówienie podstaw prowadzenia projektów związanych z technologią	8 h	Bartek Pucek
	„Shape-up” jako alternatywa do Agile	„Shape-up” jako alternatywa do agile. Omówienie zagadnień technologicznych związanych z IT- architektura, frontend, backend	8 h	Bartek Pucek
0.9 ELEVATOR PITCH	Elevator Pitch		8 h	Informacje wkrótce
			8 h	Informacje wkrótce

WYKŁADOWCY



Magdalena Dobrowolska-Sagan

Właściciel Anloko



Anna Putts

Director Brand Marketing, HBO



Piotr Gajnodzinow

Dyrektor Departamentu Voice of Customers, Euro Bank SA



Łukasz Wyglądała

Strategy Lead and Co-founder, e-com.house



Bartek Pucek

Country Digital Manager, Ikea



Katarzyna Czuchaj-Łagód

Dyrektor Zarządzająca/ Managing Director, Mobile Institute

WYKŁADOWCY



Marcin Olkowicz

Trener, konsultant ds. rozwoju, edukator,
wykładowca akademicki



Julia Kozak

Country Representative Poland,
The Innovation in Politics Institute



Michał Dunin

Managing Director, WebTalk



Aleksandra Polak

Chief Evangelist, Yieldbird



Igor Gałazkiewicz

Chief Marketing Officer, Anegre



Łukasz Zaleśny

Dyrektor ds Strategii, OMD Optimum
Media



Agnieszka Górka

CEO & Co-Founder, Ulala Chef

ORGANIZACJA ZAJĘĆ



● LOKALIZACJA

Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR
Czerska 8/10, 00-732 Warszawa

● KOSZT UDZIAŁU

9.000,00 zł netto (Cena dla członków SAR)

11.000,00 zł netto (Cena dla firm niezrzeszonych)

● ZAPEWNIAMY

materiały dydaktyczne

pomoce naukowe

przerwy kawowe i śniadaniowe

przerwy obiadowe

● ZAPISY

Aneta Jodko

aneta.jodko@sar.org.pl

508-309-012



POWERED BY

sar: