





sar : SZKOŁA
marki

KALENDARZ SZKOLEŃ 2020









WIEDZA W TWOIM ZASIĘGU

Szkolenie	Tematyka szkolenia	Prowadzący	Daty	Cena	Broszura
Czego naprawdę chcą konsumenci?	<p>Podczas wykładu nasi eksperci pokażą metodologię, która wszechstronnie i dogłębnie analizuje to, co dzieje się w ciele, umyśle i emocjach konsumentów w momencie rozważania zakupu oraz samego zakupu.</p> <p>Jej celem jest wejście w głąb umysłu potencjalnego nabywcy wtedy, gdy decyduje on o tym, czy kupić produkt lub usługę naszego klienta i stworzyć przepis na jak najczęstszy wybór tego produktu lub usługi.</p>	 <p>Piotr Lutek Blue Fox, Synergia</p>  <p>Jacek Pogorzelski Ekspert w zakresie strategii marketingowej oraz zarządzania marką</p>	25.05.2020 r.	Wykład bezpłatny	BROSZURA Czego naprawdę chcą konsumenci
Finanse w kampanii reklamowej i negocjacje w oparciu o finanse (2 dni)	<p>Dwudniowe intensywne warsztaty finansów i negocjacji pozwolą na swobodne poruszanie się w świecie budżetów kampanii marketingowych.</p> <p>Pierwszy dzień daje umiejętności liczenia: aktywnego zarządzania wynikiem, kosztami oraz ryzykiem finansowym projektów w agencjach.</p> <p>Drogi dzień poświęcony jest sztuce negocjacji finansowych i zrozumieniu procesu negocjacyjnego z uwzględnieniem budowania pozycji i siły negocjatora oraz wywierania wpływu.</p>	 <p>Edyta Mańturzyk Young & Rubicam</p>  <p>Magda Spisak Procurement Consultant</p>	11-12.03.2020 r.	<p>1 400 zł netto (cena dla członków SAR)</p> <p>1 700 zł netto (cena dla firm niezrzeszonych)</p>	BROSZURA Finanse w kampanii reklamowej



Szkolenie	Tematyka szkolenia	Prowadzący	Daty	Cena	Broszura
Innovation Camp (18 dni)	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.	Magdalena Dobrowolska-Sagan Anna Putts Piotr Gajnodzinow Łukasz Wyglądała Bartek Pucek Katarzyna Czuchaj-Łagód Marcin Olkowicz Julia Kozak Igor Gałązkiewicz Łukasz Zaleśny Agnieszka Górka	Start: 11.09.2020 r. Zakończenie: 06.03.2021 r.	9.000,00 zł netto <i>(cena dla członków SAR)</i> 11.000,00 zł netto <i>(cena dla firm niezrzeszonych)</i>	BROSZURA Innovation Camp
Insighty i Archetypy	<ul style="list-style-type: none"> → Co to właściwie jest ten cały consumer insight i dlaczego trudno go sensownie wytłumaczyć? → W jaki sposób ludzie podejmują najważniejsze decyzje - nie tylko te związane z kupowaniem produktów? → Czym jest archetyp i jak wykorzystać archetypiczne wzory i wyobrażenia do definiowania marki i komunikacji budującej znaczące więzi? → W jaki sposób konstruowana jest struktura Wielkiej Opowieści i co z tego wynika dla komunikacji marek i procesu sprzedaży? <p>Podczas autorskiego warsztatu gwarantujemy minimum teorii i maksimum praktyki (+mnóstwo zaskoczeń!). Angażująca formuła pozwala uczestnikom na bieżąco stosować zdobytą wiedzę.</p> <p>Praktyczne ćwiczenia i praca na konkretnym produkcie - podany w pigułce proces tworzenia skutecznej komunikacji, od inspirującego insightu do tworzenia angażującej historii, która sprzedaje.</p>	 Marek Staniszewski Heuristica	10.03.2020 r.	900 zł netto <i>(cena dla członków SAR)</i> 1.100 zł netto <i>(cena dla firm niezrzeszonych)</i>	BROSZURA Insighty i Archetypy




Szkolenie	Tematyka szkolenia	Prowadzący	Daty	Cena	Broszura
Jak budować markę krok po kroku	<ul style="list-style-type: none"> → Czym jest marka i jak ją stworzyć? → Od czego zaczyna się budowanie marki - od insightu, od misji, od produktu? → Na jakie pytania trzeba znać odpowiedzi? → Co to jest strategia marki i jak to się ma do pozycjonowania czy strategii komunikacji? → Czym różni się strategia marki od strategii marketingowej i strategii komunikacji? → Jak odróżnić tożsamość marki od wizerunku i pozycjonowania? <p>Dzięki udziałowi w szkoleniu uczestnicy nauczą się odpowiadać na powyższe pytania, ich wiedza o marce będzie spójna, klarowna i uporządkowana.</p>	 <p>Marta Jaskulska BRANDLOGIC</p>	<p>27.02.2020 r. 24.06.2020 r. 22.10.2020 r.</p>	<p>900 zł netto (cena dla członków SAR)</p> <p>1.100 zł netto (cena dla firm niezrzeszonych)</p>	<p>BROSZURA Jak budować markę krok po kroku</p>
Effie Marketing & Business Solutions (20 dni szkoleniowych)	<p>SAR MBS Program by Effie to nowoczesna forma edukacji i rozwoju dla menedżerów średniego i wyższego szczebla, rozumiejących potrzebę samodoskonalenia w warunkach zmieniających się modeli biznesowych, nowych oczekiwań organizacyjnych i rynkowych.</p> <p>To projekt, który ma odpowiadać na potrzeby rynku i jego uczestników, dla których tradycyjne myślenie o roli marketera w organizacji jest niewystarczające.</p>	<p>Związani z Effie, doświadczeni eksperci, praktycy, wysocy rangą menedżerowie z udokumentowaną karierą i sukcesami zawodowymi, również na szczeblu prezesów</p>	<p>Start: 19.09.2020 r.</p> <p>Zakończenie: 27.03.2021 r.</p>	<p>19.000,00 zł netto (Cena dla członków SAR)</p> <p>20.000,00 zł netto (Cena dla firm niezrzeszonych)</p>	<p>BROSZURA Effie Marketing & Business Solutions</p>
Marka to kultura	<p>Podczas wykładu zmienimy optykę patrzenia na markę, która dotąd była rozumiana jako komunikacja zewnętrzna. My przedstawimy markę jako kulturę, a komunikację tylko jako wypadkową i jej fragment.</p> <p>Na spotkaniu zajmiemy się 8 impulsami i wymiarami ważnymi w tworzeniu, odkrywaniu i kultywowaniu kultury:</p> <ul style="list-style-type: none"> → Tożsamość marki- kultura jako transfer wartości marki → Storytelling a kultura → Rola słuchania w odkrywaniu kultury → Przestrzeń a kultura organizacji → Kulturotwórcze miary sukcesu i wyznaczania celów → Własne rytuały budujące kulturę → Co sprawia, że zespoły są optymalne? → Zmiana organizacji- amerykańska lekcja o Iraku 	 <p>Grzegorz Kosson Kosson</p>	<p>05.02.2020 r.</p>	<p>Wykład bezpłatny</p>	<p>BROSZURA Marketing to marka</p>

Szkolenie	Tematyka szkolenia	Prowadzący	Daty	Cena	Broszura
Marketing szeptany	<p>Spadek efektywności reklamy zmusza marketerów do poszukiwania nowych sposobów przykucia uwagi konsumenta. Rekomendacje to najbardziej wiarygodne, perswazyjne i spersonalizowane źródła informacji. W dobie komunikacji online, rekomendacje zyskują nieosiągalny dotąd zasięg i siłę.</p> <p>4-godzinny warsztat pozwala uczestnikom zrozumieć potencjał word-of-mouth, usystematyzować pojęcia z nim związane i przede wszystkim dowiedzieć się jak w praktyce wspierać rekomendacje.</p>	 <p>Anna Bianchi The AD Store</p>	31.03.2020 r. 20.10.2020 r.	<p>400 zł netto (cena dla członków SAR)</p> <p>450 zł netto (cena dla firm niezrzeszonych)</p>	BROSZURA Marketing szeptany
Marketing w grach	<p>Zajęcia prowadzone w formie interaktywnego wykładu i moderowanej dyskusji z praktycznymi ćwiczeniami.</p> <p>Określimy skalę i strukturę rynku, omówimy definicje, rozwiejemy też stereotypowe chmury wiszące nad gamingiem.</p> <p>Omówimy dostępne poziomy wejścia w gaming, wspólnie z uczestnikami rozkładając na czynniki pierwsze case'y z rynku.</p> <p>W trybie warsztatowym przejdziemy przez typowe formy budowy komunikacji wokół gamingu i w esporcie.</p>	 <p>Łukasz Turkowski Gameset</p>	15.05.2020 r.	<p>900 zł netto (cena dla członków SAR)</p> <p>1.100 zł netto (cena dla firm niezrzeszonych)</p>	BROSZURA Marketing w grach
Marketing logiczny i efektywny, czyli jak podnieść skuteczność działań w marketingu?	<p>Kluczowym wyzwaniem w marketingu jest skuteczność. Osiągniesz ją, jeśli zamiast na przypuszczeniach, czy modnej retoryce, będziesz swoje decyzje opierać na twardych danych oraz solidnej i aktualnej wiedzy.</p> <p>Jeśli zastanawiasz się :</p> <ul style="list-style-type: none"> → Czy warto robić segmentację w czasach Byrona Sharpa? → Ile budżetu przeznaczyć na budowanie wizerunku, a ile na aktywację sprzedaży? → Targetować wąsko, czy szeroko? → Stawiać na penetrację, czy lojalność? → Jak ma się kreatywność do efektywności? <p>Koniecznie przyjdź na wykład.</p>	 <p>Marta Jaskulska BRANDLOGIC</p>	31.01.2020 r. 18.03.2020 r.	Wykład bezpłatny	BROSZURA Marketing logiczny i efektywny

Szkolenie	Tematyka szkolenia	Prowadzący	Daty	Cena	Broszura
Metody twórczego myślenia	Dzięki warsztatowi uczestnicy będą mogli poznać szerokie spectrum metod zwiększających elastyczność i oryginalność myślenia oraz nabyć praktyczne umiejętności stosowania omawianych metod w praktyce. Dzięki temu pełniej wykorzystają swój twórczy potencjał, rozwiązując problemy w niestandardowy sposób i tworząc niekonwencjonalne rozwiązania. Ponadto uczestnicy będą mogli lepiej poznać własne ograniczenia utrudniające myślenie kreatywne oraz wiedzieć, jak dobierać metody, które najbardziej pasują do ich osobowości i preferencji, jak również kontekstu konkretnego zadania.	 <p>Marek Staniszewski Heuristica</p>	17.04.2020 r. 18.09.2020 r.	<p>900 zł netto (cena dla członków SAR)</p> <p>1.100 zł netto (cena dla firm niezrzeszonych)</p>	BROSZURA Metody twórczego myślenia
Od Gallupa do Love marku	Podczas warsztatu uczestnicy dowiedzą się, jak podejście bazujące na mocnych stronach sprzyja wzmocnieniu zaangażowania ludzi, buduje pozytywne doświadczenie pracowników z miejscem pracy, w dłuższej perspektywie buduje jego lojalność i przywiązanie do marki pracodawcy.	 <p>Dorota Krasnodębska-Wnorowska Certyfikowany Coach Gallupa</p>	05.03.2020 r.	<p>900 zł netto (cena dla członków SAR)</p> <p>1.100 zł netto (cena dla firm niezrzeszonych)</p>	BROSZURA Od Gallupa do Love marku
Przedsiębiorczość na etacie - warsztat dla accountów	Praca w dziale obsługi klienta wiąże się z wieloma bardzo różnymi wyzwaniami. Trzeba być „człowiekiem orkiestrą”, dbającym zarówno o interesy klienta, jak i agencji. Trzeba rozumieć strategię i kreację, umieć czytać między wierszami, wprowadzać udoskonalenia w procesach i je tworzyć, wychodzić z inicjatywą, budować relacje, szybko reagować. Podczas warsztatu przepracujemy konkretne sytuacje, które zdarzają się w pracy accounta. Wspólnie zidentyfikujemy narzędzia, które pomogą w codziennej pracy. Nie raz obalimy mit, że „się nie da”.	 <p>Zuzanna Warowna-Toruńska Concept Spot</p>	11.03.2020 r. 14.05.2020 r. 15.10.2020 r. 19.11.2020 r.	<p>900 zł netto (cena dla członków SAR)</p> <p>1.100 zł netto (cena dla firm niezrzeszonych)</p>	BROSZURA Przedsiębiorczość na etacie
Przejmowanie kontroli nad kategorią	Rynek określa się poprzez dwa wymiary: jego strukturę, czyli rolę poszczególnych uczestników oraz jego zachowanie, czyli co i jak się odbywa w danej kategorii. Doskonale wiemy co, komu, kiedy i jak produkty są dostarczane. Jeżeli to akceptujemy, nasza orientacja określana jest jako market driven. Jeśli kwestionujemy istniejący układ jesteśmy rewolucjonistami, taka orientacja to driving market, czyli samodzielne sterowanie rynkiem. Może to zrobić każdy i praktycznie w każdej kategorii. Podczas wykładu przedstawiona zostanie autorska metoda (MDS) przejmowania kontroli nad rynkiem.	 <p>Piotr Lutek Blue Fox, Synergia</p>	06.04.2020 r.	Wykład bezpłatny	BROSZURA Przejmowanie kontroli nad kategorią

Szkolenie	Tematyka szkolenia	Prowadzący	Daty	Cena	Broszura
Psychologia konsumenta dla marketerów	<p>Przyspieszony, praktyczny kurs nawigowania marką, produktem i komunikacją w oparciu o współczesną psychologię stosowaną w reklamie i marketingu.</p> <p>Uczestnicy zapoznają się z użytecznymi modelami, które w codziennej pracy pomagają podejmować decyzje komunikacyjne, oceniać i rozumieć strategię komunikacji konkurencji oraz tworzyć bardziej efektywną komunikację.</p>	 <p>Roman Łoziński Założyciel Think ECO</p>	Informacja wkrótce	<p>900,00 zł netto (cena dla członków SAR)</p> <p>1.100,00 zł netto (cena dla firm niezrzeszonych)</p>	BROSZURA Psychologia konsumenta dla marketerów
Praca z briefem agencyjnym, kreatywnym, klienckim i marketingowym	<p>Brief to początek procesu planowania projektu komunikacyjnego. Jedynie bazując na zebranych od klienta informacjach, agencja może być przygotowana do opracowania i nanoszenia zmian w projekcie.</p> <ul style="list-style-type: none"> → Bez briefu nie istnieje komunikacja w projekcie komunikacji marketingowej → Bez briefu nie ma kampanii → Brief znać musi każdy 	 <p>Marcin Samek McCann Worldgroup</p>	06.02.2020 r. 02.04.2020 r. 15.10.2020 r.	<p>900 zł netto (cena dla członków SAR)</p> <p>1.100 zł netto (cena dla firm niezrzeszonych)</p>	BROSZURA Praca z briefem
Research, czyli samodzielne pozyskiwanie wiedzy o konsumencie i kategorii	<p>Podczas intensywnego, jednodniowego warsztatu uczestnicy:</p> <ul style="list-style-type: none"> → dowiedzą się, w jaki sposób szukać informacji o marce i kategorii w sieci → odkryją nowe źródła wiedzy, ogólnodostępne strony i serwisy, z których warto korzystać w swojej codziennej pracy → dostaną do ręki praktyczne narzędzia i wiedzę, jak konstruować proste ankiety oraz wywiady z konsumentami → nauczą się wybierać spośród ogromu informacji w sieci te właściwe i wiarygodne → poznają techniki zbierania danych jakościowych i ilościowych, zarówno siedząc przed ekranem własnego komputera, jak i „w terenie” → nauczą się systematyzować oraz analizować zebrane dane i informacje 	 <p>Rafał Lampasiak MullenLowe</p>	18.06.2020 r.	<p>900 zł netto (cena dla członków SAR)</p> <p>1.100 zł netto (cena dla firm niezrzeszonych)</p>	BROSZURA Research, czyli samodzielne pozyskiwanie wiedzy o konsumencie i kategorii

Szkolenie	Tematyka szkolenia	Prowadzący	Daty	Cena	Broszura
Skuteczna prezentacja pomysłu	<p>Praktyczny, interaktywny, intensywnie angażujący warsztat inspirujących i efektywnych wystąpień skierowanych do klientów, współpracowników, inwestorów, partnerów i do każdego, kto powinien uwierzyć i pójść za nami (lub choć sfinansować naszą ideę).</p> <p>Warsztat efektywnych prezentacji daje uczestnikom okazję do praktycznego sprawdzenia różnych sposobów i form komunikacji idei kreatywnej lub strategii. Pozwala przetestować różne formy i narzędzia podnoszące skuteczność prezentacji.</p>	 <p>Marcin Olkowicz SAR</p>	04.06.2020 r. 17.11.2020 r.	<p>900 zł netto (cena dla członków SAR)</p> <p>1.100 zł netto (cena dla firm niezrzeszonych)</p>	BROSZURA Skuteczna prezentacja pomysłu
Social Media Marketing	<p>4-godzinny warsztat to dawka skondensowanej, praktycznej wiedzy pozwalającej na efektywne wykorzystanie mediów społecznościowych w działaniach marketingowych. Szczególny nacisk położony jest na wykorzystanie mediów społecznościowych w promocji online.</p> <p>Interaktywny warsztat to skondensowane i podane „w pigułce” najistotniejsze zagadnienia teoretyczne oparte na wynikach najnowszych badań.</p>	 <p>Anna Bianchi The AD Store</p>	16.06.2020 r. 29.09.2020 r.	<p>400 zł netto (cena dla członków SAR)</p> <p>450 zł netto (cena dla firm niezrzeszonych)</p>	BROSZURA Social Media Marketing
SSM Strategia i Komunikacja Marki 21 edycja	<p>SSM to 9-cio miesięczny proces edukacyjny zakończony obroną pracy dyplomowej. To 200 godzin pracy, nauki, doświadczeń i networkingu z najlepszymi profesjonalistami komunikacji marketingowej w Polsce. To także najbardziej rozpoznawalny dyplom branżowy w Polsce.</p> <p>Wyjątkowy i innowacyjny program SSM składa się z 4 modułów, poświęconych: konsumentowi, kontekstowi rynkowemu, budowaniu marki i realizacji działań komunikacyjnych.</p>	<p>Ponad 20 najlepszych praktyków - strategów, marketerów, badaczy i specjalistów od budowy komunikacji</p>	<p>Start: 11.09.2020 r.</p> <p>Zakończenie: 09.04.2021 r.</p>	<p>11.475 zł netto (cena dla członków SAR)</p> <p>13.500 zł netto (cena dla firm niezrzeszonych)</p>	BROSZURA SSM Strategia i Komunikacja Marki

Szkolenie	Tematyka szkolenia	Prowadzący	Daty	Cena	Broszura
Storydoing	<p>Podczas intensywnego, jednodniowego warsztatu uczestnicy dowiedzą się:</p> <ul style="list-style-type: none"> → w jaki sposób budować markę w oparciu o storydoing-strategię komunikacji opartą na prawdziwych działaniach, autentycznych doświadczeniach i zaangażowaniu użytkowników → jakie narzędzia zastosować do budowania strategii komunikacji opartej o przełamywanie konwencji komunikacyjnej w kategorii i wyróżnienie jej w oparciu o aktywność marki → jakie techniki marketingowe zastosować do angażowania pracowników organizacji w aktywne budowanie przekazu marki, a nawet w tworzenie jego treści → jak konwertować opowieść marki na nowe produkty czy innowacje 	 <p>Rafał Lampasiak MullenLowe</p>	20.03.2020 r.	<p>900 zł netto (cena dla członków SAR)</p> <p>1.100 zł netto (cena dla firm niezrzeszonych)</p>	BROSZURA Storydoing
VUCA- świat multibiegunowy	<p>Zuzanna Skalska każdego roku pracuje nad trendami strategicznymi dla swoich globalnych klientów, które w najbardziej obiektywny sposób oddają obraz nadchodzącego świata, w którym będziemy żyć.</p> <p>Tym razem nasz świat staje się naprawdę szalony- możemy go z łatwością nazwać „czasem klaunów”. Ta nowa koncepcja zyskała już nazwę- VUCA. Jest to skrót 4 angielskich słów, które w tłumaczeniu znaczą: niestabilny, niepewny, złożony i niejednoznaczny. Firmy powinny przygotować się na zmiany zarówno „zasad gry” w biznesie, zmiany modelu biznesowego a nawet zmiany całego dotychczasowego kontekstu.</p>	 <p>Zuzanna Skalska 360Inspiration</p>	16.03.2020 r. 09.11.2020 r.	<p>300 zł netto (cena dla członków SAR)</p> <p>350 zł netto (cena dla firm niezrzeszonych)</p>	BROSZURA VUCA- świat multibiegunowy
Warsztat buduje zespół	<p>Warsztat obejmuje dwa obszary tematyczne:</p> <ul style="list-style-type: none"> → Dzięki udziałowi w warsztacie uczestnicy będą mogli poznać sposoby pozwalające diagnozować siłę i spójność zespołów projektowych. Poza tym nauczą się, w jaki sposób zwiększać wspólną odpowiedzialność, zapewniać wzajemne wsparcie i współpracę w ramach zespołów. Dowiedzą się również, jak identyfikować i niwelować dysfunkcje w zespole → Uczestnicy otrzymają najważniejsze informacje i narzędzia pozwalające wprowadzić kulturę pracy opartą na prowadzeniu warsztatów 	 <p>Marek Staniszewski Heuristica</p>	19.03.2020 r.	<p>900 zł netto (cena dla członków SAR)</p> <p>1.100 zł netto (cena dla firm niezrzeszonych)</p>	BROSZURA Warsztat buduje zespół

Szkolenie	Tematyka szkolenia	Prowadzący	Daty	Cena	Broszura
Young Creatives Academy	<p>To intensywny kurs, w którym uczestnicy pracują nad realnym briefem klienta pod okiem dyrektorów kreatywnych i strategów.</p> <p>Program Akademii składa się z 3 bloków:</p> <ul style="list-style-type: none"> → Brief → Proces → Prezentacja <p>Podczas zajęć warsztatowych uczestnicy dowiedzą się jak czytać brief ze zrozumieniem, jak zacząć wymyślać, jak dobrać kanały do pomysłu oraz jak ten pomysł zaprezentować na internalu, a na końcu u klienta.</p>	<p>Mentorzy:</p>  <p>Mariusz Pitura Scholz & Friends</p>  <p>Marcin Talarek IRL</p>	<p>Start: 28.02.2020 r.</p> <p>Zakończenie: 28.03.2020 r.</p>	<p>3.300 zł netto (cena dla członków SAR)</p> <p>3.700 zł netto (cena dla firm niezrzeszonych)</p>	<p>BROSZURA Young Creatives Academy</p>
Zarządzanie Marką w praktyce (2 dni)	<p>Praca prowadzona jest w formule warsztatowej, a zatem najważniejszą część stanowi doświadczenie i eksperyment. Uczestnicy warsztatu przed przystąpieniem do zajęć otrzymują pakiet informacji, który pozwala im przygotować się do dwudniowego, intensywnego treningu umiejętności praktycznych. W trakcie warsztatu uczestnicy moderowani przez prowadzącego opracowują całościowe case study w formie krótkiej prezentacji, która stanowi jednocześnie syntezę zdobytej przez nich wiedzy.</p>	 <p>Marek Staniszewski Heuristica</p>	<p>Start: 24.03.2020 r.</p> <p>Zakończenie: 25.03.2020 r.</p>	<p>1 400 zł netto (cena dla członków SAR)</p> <p>1 700 zł netto (cena dla firm niezrzeszonych)</p>	<p>BROSZURA Zarządzanie marką w praktyce</p>

Szkolenie	Tematyka szkolenia	Prowadzący	Daty	Cena	Broszura
Zarządzanie projektami w komunikacji	<p>Tworzenie strategii marki, która odzwierciedla cele biznesu, jest otwartym procesem, w którym ważną rolę odgrywają zarówno umiejętności analityczne (gromadzenie i przetwarzanie informacji), jak i kreatywna intuicja, pozwalająca empatyzować z oczekiwaniami konsumentów. Obie te umiejętności można rozwijać najlepiej w trakcie pracy przy konkretnym studium przypadku, kiedy krok po kroku powstaje całościowa wizja strategiczna.</p> <p>Dzięki udziałowi w szkoleniu uczestnik:</p> <ul style="list-style-type: none"> → zdobędzie praktyczne umiejętności zarządzania marką → będzie miał możliwość śledzenia własnego postępu w trakcie realizacji zadań → weźmie udział w angażujących doświadczeniach szkoleniowych 	<p>Marcin Olkowicz Iwona Doktorowicz-Dudek Anna Surdyk Danuta Skarbek Agnieszka Barej Michał Durski</p>	<p>Start: 22.05.2020 r.</p> <p>Zakończenie: 20.06.2020 r.</p>	<p>3 900 zł netto (cena dla członków SAR)</p> <p>4 500 zł netto (cena dla firm niezrzeszonych)</p>	<p>BROSZURA Zarządzanie projektami</p>
Zasady wdrażania strategii marki	<p>Podczas warsztatu w przystępnej i „kompaktowej” formie uczestnik przeanalizuje i pozna najskuteczniejsze metody budowania strategii marki.</p> <p>Uczestnicy szkolenia przechodzą przez cały proces strategicznego myślenia - od analizy rynku i trendów, poprzez kształtowanie przewagi konkurencyjnej, do sposobów zarządzania wartością marki i zwiększenia jej zasobów poprzez efektywną komunikację.</p>	 <p>Marek Staniszewski Heuristica</p>	<p>06.04.2020 r. 18.12.2020 r.</p>	<p>900 zł netto (cena dla członków SAR)</p> <p>1 100 zł netto (cena dla firm niezrzeszonych)</p>	<p>BROSZURA Zasady wdrażania strategii marki</p>
Zintegrowana promocja online	<p>Interaktywny, jednodniowy warsztat pozwala przyswoić najistotniejsze zagadnienia teoretyczne podane „w pigułce” i oparte na najnowszych wynikach badań oraz poznać realne przykłady skutecznych, zintegrowanych kampanii promocyjnych online z różnych rynków geograficznych. Warsztat daje również możliwość poznania narzędzi i zbudowania strategii komunikacji online dla własnej marki, produktu, usługi czy przedsiębiorstwa.</p>	 <p>Anna Bianchi The AD Store</p>	<p>14.05.2020 r. 24.11.2020 r.</p>	<p>900 zł netto (cena dla członków SAR)</p> <p>1.100 zł netto (cena dla firm niezrzeszonych)</p>	<p>BROSZURA Zintegrowana promocja online</p>

Szkozenie	Tematyka szkolenia	Prowadzący	Daty	Cena	Broszura
<p>Copywriting- perswazja słowem</p>	<p>Tekst w reklamie jest równie ważny jak grafika. Niestety, dziś często zapominamy o tej podstawowej zasadzie, pokładając całą nadzieję na sprzedaż w ciekawie przygotowanej grafice.</p> <p>Dzięki udziałowi w warsztacie:</p> <ul style="list-style-type: none"> → poznasz metody copywritingu → dowiesz się czym jest persona i jak ją tworzyć → poznasz sposoby na przyciągnięcie uwagi oraz nauczysz się pisać językiem korzyści → poznasz elementy, jakie powinien zawierać dobry tekst → zobaczysz przykłady dobrych tekstów sprzedażowych → dowiesz się, jak testować to, czy Twój tekst naprawdę okaże się skuteczny 	<div data-bbox="1207 309 1379 480" data-label="Image"> </div> <p>Paweł Tkaczyk MIDEA</p>	<p>Dostępne w formie zamkniętej</p>	<p>Dostępne w formie zamkniętej</p>	<p>BROSZURA Copywriting</p>
<p>Budowanie misji społecznej i komunikowanie działań CSR marki</p>	<p>Podczas intensywnego, jednodniowego warsztatu uczestnicy uzyskają odpowiedzi na poniższe pytania:</p> <ul style="list-style-type: none"> → jak się wyróżnić i zbudować unikalny wizerunek marki, posiłkując się jej misją społeczną? → na jakim poziomie misja społeczna i działania CSR powinny być spójne z wartościami i esencją marki? → kiedy i w jakie działania społeczne powinna angażować się marka? → jak promować działania CSR i jakich kanałów komunikacji używać? → jak ustalać proporcje w komunikowaniu działań CSR względem regularnej komunikacji marki? → czy SCR może mieć bezpośredni wpływ na sprzedaż produktów i usług? → jak promować misję społeczną wewnątrz organizacji? → jakie są dobre i złe przykłady działań CSR? 	<div data-bbox="1216 876 1373 1031" data-label="Image"> </div> <p>Rafał Lampasiak MullenLowe</p>	<p>Dostępne w formie zamkniętej</p>	<p>Dostępne w formie zamkniętej</p>	<p>BROSZURA Budowanie misji społecznej i komunikowanie działań csr marki</p>

Szkolenie	Tematyka szkolenia	Prowadzący	Daty	Cena	Broszura
Innovation Jam	<p>Szkolenie przeznaczone dla osób chcących uporządkować wiedzę na temat innowacji i technik generowania nowych pomysłów biznesowych.</p> <p>Podczas szkolenia uczestnicy:</p> <ul style="list-style-type: none"> → poznają typy innowacji i dopasują do nich modele biznesowe → przećwiczą warsztat innowacji, który będą mogli wdrożyć w swojej organizacji/dla swojego klienta → zbadają, jak sprawdza się business model canvas, od czego zacząć i kiedy warto z niego korzystać 	 <p>Aleksandra Polak Yieldbird</p>		Dostępne w formie zamkniętej	BROSZURA Innovation Jam
Service Design - Starter Kit	<p>Warsztat Starter Kit zapozna uczestników z podstawami pracy w metodzie Service Design Thinking. Poznają filozofię i założenia prowadzenia procesu, jego etapy oraz podstawowe narzędzia, które będą mogli natychmiast zastosować w swojej pracy.</p>	 <p>Magdalena Dobrowolska-Sagan Service Designer, Strateg, facilitator LEGO® Serious Play®</p>		Dostępne w formie zamkniętej	BROSZURA Service Design
Trade Marketing FMCG	<p>Warsztat podzielony na bloki tematyczne. Każdy z nich składać się będzie z prezentacji, moderowanej dyskusji oraz wniosków.</p> <p>Celem warsztatu jest:</p> <ul style="list-style-type: none"> → Nadanie właściwej rangi Trade Marketingowi w relacjach Dostawca-Dystrybutor, poprzez uświadomienie odbiorcom warsztatu dynamicznej złożoności występujących w tym zakresie procesów i zjawisk → Wprowadzenie bazowych pojęć i punktów odniesień do oceny praktycznych sytuacji rynkowych- nauka oceny możliwych szans i zagrożeń 	 <p>Grzegorz Osóbka Umbrella Marketing Group Sp. z o.o.</p>		Dostępne w formie zamkniętej	BROSZURA TRADE MARKETING FMCG

Szkolenie	Tematyka szkolenia	Prowadzący	Daty	Cena	Broszura
Warsztaty budują zespół	<p>Szkolenie obejmuje dwa obszary:</p> <ul style="list-style-type: none"> → Sposoby pozwalające diagnozować siłę i spójność zespołów projektowych → Informacje i narzędzia pozwalające wprowadzić kulturę pracy opartą na prowadzeniu warsztatów <p>Dzięki udziałowi z warsztacie dowiesz się:</p> <ul style="list-style-type: none"> → Jak definiować cele i zadania dla zespołów projektowych → Rozpoznawać dysfunkcje w pracy zespołu → Jak tworzyć tzw. Kartę Zespołu → Projektować warsztaty → Jak płynnie prowadzić procesy warsztatowe 	 <p>Marek Staniszewski Heuristica</p>			<p>Dostępne w formie zamkniętej</p> <p>BROSZURA Warsztaty budują zespół</p>
Zarządzanie zespołami kreatywnymi	<p>Warsztat, w czasie którego dostaniesz potężną dawkę wiedzy na temat facylitacji procesu kreatywnego.</p> <p>Warsztat skupia się na wspieraniu uczestników w poznaniu tajników roli moderatora kreatywnego procesu z poziomu:</p> <ul style="list-style-type: none"> → merytorycznych efektów procesu → dynamiki pracy z grupą i zaangażowaniem ludzi → stylu pracy danego moderatora → biznesowych efektów procesu 	 <p>Dorota Krasnodębska-Wnorowska Proste Pytanie</p>			<p>Dostępne w formie zamkniętej</p> <p>BROSZURA Zarządzanie zespołami kreatywnymi</p>

Organizacja zajęć



Otrzymujesz dostęp do platformy szkoleniowej z materiałami ze szkolenia, Twoim certyfikatem oraz dostępem do kolejnych kursów w **Szkole Marki SAR**

- Lokalizacja
Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR
Czerska 8/10, 00-732 Warszawa
- Zapisy
szkolenia@sar.org.pl
- Zapewniamy
Materiały dydaktyczne. Pomoce naukowe.
Kawa, herbata, ciastka oraz obiad.