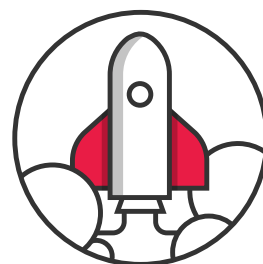


EFEKTYWNOŚĆ KOMUNIKACJI MARKI. PRACA W AGENCJI.

Poziom **4**



Studium

Zarządzanie Projektami w Komunikacji

Najważniejsze Cele

Uczestnicząc w tym wyjątkowym studium budujesz swoje kwalifikacje w zarządzaniu najbardziej dynamicznymi projektami komunikacji marketingowej przez:

- umiejętne zarządzanie relacjami w zespole agencyjnym i klienckim;
- efektywne określanie celów i KPI projektu marketingowego;
- przeniesienie celów na zadania, wyznaczanie, przekazywanie i egzekwowanie zadań;
- sprawne zarządzanie budżetem i harmonogramem;
- efektywne zarządzanie ryzykiem, raportowanie i trouble-shooting;
- monitorowanie efektów ilościowych i jakościowych;
- umiejętne budowanie satysfakcji zespołu oraz klienta.

Celem studium jest przekazanie doświadczeń w zarządzaniu zwinnymi projektami marketingowymi przez najbardziej doświadczonych managerów w branży.

Dzięki ich wiedzy będziesz w stanie profesjonalnie zbudować swój sukces w relacji klient - agencja - media.

Wykładowcy



Marcin Olkowicz

Trener, konsultant ds. rozwoju,
edukator, wykładowca akademicki.
SAR

W praktyce trenerskiej łączy 25-letnie doświadczenia z pracy w komunikacji (zarówno po stronie firm, jak i agencji) z pasją zawodu trenera i konsultanta. Ma opinię człowieka, który zaraża entuzjazmem, zachęca do myślenia, inspirowanie do rozwoju, zaprasza do samodzielnych poszukiwań. Lubi ludzi i wierzy w rozwój.



Iwona Doktorowicz-Dudek

Wiceprezes ds. Marketingu
Kompania Piwowarska

Zarządza markami Tyskie, Żubr, Lech, Redd's, Książęce, Dębowe, Wojak, Pilsner Urquell, Grolsch. Wcześniej przez 10 lat działała w Grupie Danone, a przedtem pełniła różne role na stanowiskach managerskich w działach marketingu takich firm jak Reckitt Benckiser (zarządzanie markami Airwick, Calgonit, Veet, Cillit, Perła) oraz w Tchibo (marki Tchibo i Davidoff).

Od roku 2013 juror w konkursach Effie.



Anna Surdyk

Program i Project Manager
Grupa 4finance

Zarządza globalnymi projektami w obszarze marketing/digital. Od 8 lat związana z branżą finansową i farmaceutyczną. Posiada w swoim portfolio wdrożenia w krajach Europy, Ameryki Płn. i Płd oraz Azji. Aktualnie kieruje wdrożeniem Global Data Protection Regulation (GDPR). Project Manager w Grupie 4finance. Realizowała projekty z zakresu Marketing Technology w 14 krajach wchodzących w skład Grupy 4finance.



Danuta Skarbek

IT Manager
Potential Project

Od 17 lat zdobywa wiedzę o zarządzaniu projektami i produktami z klientami z sektora technologii oraz mediów. Stworzyła zespół ponad 160 PMów, zbudowała Project Management Office. Wspiera zespoły słuchaniu potrzeb klienta oraz dostarczanie rozwiązań w podejściu Agile oraz Lean. Jej bogate doświadczenie poparte jest certyfikatami Six Sigma Green Belt, Agile PM, PMP, absolwentka studiów podyplomowych ALK Coaching Profesjonalny.

Wykładowcy



Jarosław Petz

Project manager, konsultant ds. CSR przy PARP, trener i konsultant zarządzania projektami SAR

Doświadczenie budował pracując szef i facylitator zespołów projektowych, wdrażając projekty zmian w organizacjach biznesowych.

Prowadzi zajęcia ze studentami z zakresu zarządzania projektami w projektach innowacyjnych (SGH) oraz prawa umów w projektach agile (Wyższa Szkoła Administracji i Biznesu w Gdyni, MBA)
Akredytacje międzynarodowe: PRINCE2 ® , AgilePM.



Kinga Matysiak

Business Development Manager działu Zarządzania Projektami w Altkom Akademii

Trener zarządzania projektami i kompetencji społecznych. Od 2002 roku prowadzi szkolenia biznesowe w oparciu o autorskie gry i narzędzia.

Od 2009 roku współtworzyła Agencję Reklamową Diferente. Realizowała projekty m.in. dla branż motoryzacyjnych, finansowych, FMCG oraz produkcyjnych, m.in. Volkswagen Bank, Castorama, Compensa, Sir Williams.

Akredytacje międzynarodowe: PRINCE2 ® , AgilePM, Change Management, Management of Value ® .



Agnieszka Barej

Head of Media and Digital Central Europe Procter&Gamble

Absolwentka Marketingu i Zarządzania Szkoły Głównej Handlowej. Od 2005 związana z Brand Managementem rynku FMCG. W portfolio marek, którymi zarządzała znajdują się Gillette, Old Spice, Lenor, Ariel, Pampers. Od kilku lat odpowiedzialna za media w Procter&Gamble w Europie centralnej.



Dla Kogo?

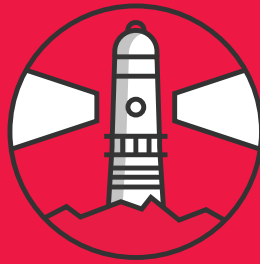
Zarządzanie projektami jest zadaniem stojącym przed większością managerów i pracowników współczesnych organizacji biznesowych. Jednak w przypadku projektów marketingowych, których efektywność wynika z połączenia kreatywności, strategii i bardzo sprawnej organizacji, kompetencje w zarządzaniu projektami stają się kluczowe zarówno po stronie klienta - przedsiębiorstwa zlecającego projekt marketingowy - jak i agencji, która ma „dowieźć” efektywną kampanię.

Także w przypadku działań marketingowych realizowanych samodzielnie przez biznes, umiejętność zarządzania takimi projektami jest niezbędna ze względu na specyfikę takich projektów.

Do udziału w studium zarządzania projektami w komunikacji marketingowej zapraszamy przede wszystkim:

- pracowników agencji odpowiedzialnych za zarządzanie projektami na styku klient - agencja: account managerów, media plannerów, media managerów oraz projekt managerów;
- pracowników firm odpowiedzialnych za zlecenie i zarządzanie projektami od strony biznesu: specjalistów ds. marketingu, brand managerów, project managerów, menadżerów działów marketingu i komunikacji;

Udział w studium powinien wziąć każdy, kto zawodowo odpowiada za wdrażanie planów / kampanii / strategii marketingowych w organizacji od co najmniej 2 lat.



O Studium

Program Studium został opracowany przez zespół najbardziej doświadczonych account managerów oraz marketing managerów jako komplet kwalifikacji niezbędnych do efektywnego zarządzania projektami marketingowymi. Tak powstał zestaw kluczowych kompetencji niezbędnych do zarządzania projektami w specyficznym środowisku komunikacji marketingowej.

Minimum teorii i maksimum praktyki pozwoli zbudować kluczowe kompetencje w skutecznym zarządzaniu projektami komunikacyjnymi, a dodatkowo uzyskać uznawany na całym świecie certyfikat AgilePM Foundation.

Program studium bazuje na metodyce i doświadczeniach z zakresu zarządzania projektami w komunikacji marketingowej, popartej konkretnymi przykładami oraz dużą ilością pracy warsztatowej. Podczas kolejnych sesji uczestnicy zapoznają się z najważniejszymi założeniami marketing project managementu, strukturą procesu oraz rozwiązaniami charakterystycznymi dla komunikacji marketingowej. Przećwiczymy też zarządzanie krytycznymi czynnikami sukcesu, o których należy pamiętać, decydując się na zwinne zarządzanie projektem marketingowym.

Zainteresowani uczestnicy mogą przystąpić do międzynarodowego akredytowanego egzaminu AgilePM Foundation, który jest szeroko uznawanym potwierdzeniem kompetencji w zarządzaniu projektami.



Program Studium

Budowanie zespołu projektowego: planowanie podziału prac i przydzielanie ról członkom zespołu. Skuteczne motywowanie zespołu i zarządzanie komunikacją. Radzenie sobie z konfliktem w zespole.



Cele projektu: podkreślenie ważności celu w projekcie, prawidłowe definiowanie celów w projekcie, typy celów, ilość celów w projekcie i kryteria ich doboru, uzgodnienia celów ze stakeholderami i z osobami w projekcie, monitorowanie celów w projekcie.



Zadania w projekcie: podział etapów projektu na mniejsze części i szczegółowe określenie zakresu prac niezbędnych do ich realizacji, kontrolowanie przebiegu prac i harmonogramu, narzędzia do zarządzania projektami i zespołem.



Czas i budżet: procesy konieczne do zarządzania projektami w czasie, metody szacowania czasu trwania projektu, grupy i klasyfikacja kosztów w projektach, monitorowanie i raportowanie kosztów.



Zagrożenia i raportowanie, ryzyka i problemy: identyfikacja i definiowanie poszczególnych ryzyk i problemów w projekcie, metody periodyzacji ryzyk i problemów, zarządzanie ryzykiem, rola raportowania.



Podsumowanie projektu, satysfakcja zespołu i klienta: dobre praktyki podsumowań projektów i angażowania zespołu w domknięcie przedsięwzięć projektowych, czym jest dobrze zamknięty projekt, jaka wartość płynie dla zespołu, dla organizacji i dla klienta, badanie satysfakcji zespołu i zadowolenia klienta.



Uzupełniająco, dla zainteresowanych:
egzamin **Agile PM Foundation 2.0** dla przemysłów kreatywnych



Inspiracja

Realizacja celów biznesowych wymaga zarządzania zasobami o różnych kompetencjach, z różnych specjalizacji, za to zawsze w napiętym budżecie i harmonogramie.

Prowadzenie kampanii po stronie reklamodawcy, czy agencji, to nic innego jak realizowany w czasie, zaplanowany projekt, zaś prowadzenie go w sposób metodyczny i kontrolowalny znacznie podnosi szanse na sukces. W związku z tym zarządzanie projektami jest jedną z najważniejszych kwalifikacji oczekiwanych w branży komunikacji marketingowej.

Czy jako account, czy jako wyspecjalizowany project manager, czy też wreszcie jako klient zlecający realizację kampanii – jesteśmy ostatecznie odpowiedzialni za całą, często wielomilionową kampanię.

Tworząc studium budowania kompetencji w obszarze zarządzania projektami na styku klient/angencja, położyliśmy szczególny nacisk na praktyczną wiedzę i doświadczenie osób, które odpowiadają na co dzień za wielkie i małe przedsięwzięcia, z sukcesem stosując najlepsze praktyki zarządzania projektami: określania celów, zarządzania budżetem i ryzykiem, budowania i motywowania zespołu oraz monitorowania efektywności projektu. Bez tych kompetencji nie można liczyć na sukces żadnego działania marketingowego, ani będąc po stronie agencji, ani po stronie klienta.



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

- Koszt udziału:

3900 zł netto dla członków SAR

4500 zł netto dla firm niezrzeszonych

Dodatkowo 1500 zł netto dla chętnych do przystąpienia do egzaminu

Agile PM Foundation 2.0

- Zapisy

szkolenia@sar.org.pl

- Zapewniamy

Materiały dydaktyczne. Pomoce naukowe. Kawa, herbata, ciastka oraz obiad.