

SZKOŁA ZARZĄDZANIA PROJEKTAMI W KOMUNIKACJI

” Szkoła powstała z myślą o ludziach odpowiedzialnych za realizację kompleksowych projektów komunikacyjnych przy wykorzystaniu dostępnych zasobów, zarówno w agencjach, jak w działach marketingu przedsiębiorstw. Stworzyliśmy unikatową okazję do przekazania praktycznej wiedzy i doświadczeń osób, które odpowiadają na co dzień za wielkie i małe przedsięwzięcia, z sukcesem stosując najlepsze praktyki metodycznego zarządzania projektami. ”

Kompetencje

Innowacyjność ● ● ● ● ●
Skuteczność ● ● ● ● ●
Kreatywność ● ● ●

Terminarz

Start: 6 Października
Koniec: 4 Listopada



Lokalizacja

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



sar ● SZKOŁA
marki

O SZKOLE



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. Szkoła Zarządzania Projektami w Komunikacji to nie jest kolejny kurs metodyki agile. Tu każdy będzie miał okazję poznać i zacząć stosować najlepsze doświadczenia specjalistów z branży do bardzo specyficznego typu projektów, jakie charakteryzują świat komunikacji marketingowej. Szkoła to miejsce, gdzie minimum teorii i maksimum praktyki pozwoli zbudować praktyczne kompetencje w skutecznym zarządzaniu projektami.

PROGRAM



Program Szkoły bazuje na metodyce i doświadczeniach z zakresu zarządzania projektami w komunikacji marketingowej, popartej konkretnymi przykładami oraz dużą ilością pracy warsztatowej. Szkoła daje uczestnikom możliwość uzupełnienia posiadanej wiedzy oraz pokazuje jak wykorzystać ją w swoich codziennych zmaganiach i tym samym ułatwić pracę sobie i całemu zespołowi. całemu zespołowi.

PROGRAM OBEJMUJE NASTĘPUJĄCE MODUŁY:	
ZESPÓŁ	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. Jak monitorować cele w projekcie.
LISTA ZADAŃ	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 poszczególnych ryzyk w projekcie. Poprawne definiowanie ryzyk i problemów w projekcie. Metody periodyzacji ryzyk i problemów. Zarządzanie ryzykiem. Rola raportowania.
PODSUMOWANIE	Wymiana doświadczeń z doświadczonymi osobami z branży komunikacji marketingowej. Analiza studiów przypadków, prezentacja modeli sukcesów i porażek w realizowanych projektach.

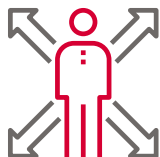
DO KOGO SKIEROWANA JEST SZKOŁA:



Zarządzanie Projektami w Komunikacji to miejsce dla każdego, kto w swojej pracy odpowiada za realizację zadań przy wykorzystaniu dostępnych zasobów organizacji. Dotyczy to zarówno zaplanowania i wykonania kampanii od strony agencji, jak i realizacji i kontroli efektywności projektu przez dział marketingu klienta.

NASZA OFERTA PRZEZNACZONA JEST DLA:

- ACCOUNT MANAGERÓW
- MEDIA PLANNERÓW
- MEDIA MANAGERÓW
- SPECJALISTÓW DS. MARKETINGU
- EVENT MANAGERÓW
- BRAND MANAGERÓW
- PROJECT MANAGERÓW
- MENADŻERÓW DZIAŁÓW MARKETINGU I KOMUNIKACJI
- OSÓB, KTÓRE ODPOWIADAJĄ ZA TO, BY PLAN ZOSTAŁ WCIELONY W ŻYCIU I SPEŁNIAŁ ZAŁOŻONE CELE.



NAJWAŻNIEJSZE CELE

- Rozwinięcie kompetencji zarządzania projektowego i równoległego kierowania różnymi procesami w ramach jednego zadania
- Nauczenie mapowania i umiejętnego wykorzystywania zasobów organizacji w możliwie najefektywniejszy sposób
- Rozwijanie umiejętności realnego planowania, budżetowania i harmonogramowania w projektach komunikacji marketingowej
- Nauczenie określania i skutecznego zarządzania ryzykami w projekcie
- Rozwijanie umiejętności przywódczych: zarządzania, kontrolowania i motywowania zespołów projektowych
- Rozwinięcie umiejętności zarządzania potrzebami interesariuszy w projekcie

WYKŁADOWCY:



Iwona Doktorowicz-Dudek
Vice President Marketing



Marcin Olkowicz
Dyrektor Generalny
Związek Firm Public



Michał Durski
Scrum Master/Scrum Jedi
Laboratorium EE



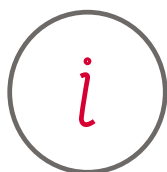
Agnieszka Barej
Head of Media and Digital
Central Europe
Procter&Gamble



Anna Surdyk
Project Manager
4finance



Danuta Skarbek
Head of Enterprise Program
and Project Management
Office, Hypermedia



ORGANIZACJA ZAJĘĆ:

Terminarz

Start: 6 Października
Koniec: 4 Listopada



Zapisy

szkolenia@sar.org.pl



Lokalizacja

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



Zapewniamy

Materiały dydaktyczne
Pomoce naukowe
Kawa, herbata, ciastka
Obiad



TERMINY I TEMATY ZAJĘĆ:

DZIEŃ	DATA	BLOK	TEMAT	CZAS	WYKŁADOWCA
1	06.10.2017	Zespół	<p>Budowanie zespołu projektowego, struktura podziału pracy w zespole, kluczowe osoby w projekcie, role projektowe, otoczenie i struktury projektu/ budowanie świadomości jakie osoby kształtują środowisko pracy i rozumienie ich roli.</p> <p>Zarządzanie komunikacją w projekcie. Komunikacja wewnętrzna i zewnętrzna, motywacja zespołu, radzenie sobie z konfliktem w projekcie/ korzystanie z macierzy zasobów ludzkich, wydajność zespołu.</p>	8h	Marcin Olkowicz
2	07.10.2017	Cele projektu	<p>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. Jak monitorować cele w projekcie.</p>	8h	Iwona Doktorowicz -Dudek
3	20.10.2017	Lista zadań	<p>Podział elementów cząstkowych i końcowych na mniejsze części i szczegółowe, określenie zakresu prac niezbędnego do ich wykonania, kontrola zadań</p>	8h	Michał Durski
4	21.10.2017	Czas i budżet	<p>Zarządzanie projektem w czasie. Szacowanie czasu trwania zadań i etapów</p> <p>Harmonogramowanie</p> <p>Zarządzanie kosztami w projekcie, szacowanie i tworzenie budżetu projektu (etapy), koszty w projekcie, finansowanie projektu</p> <p>Rozliczanie budżetu. Częste błędy przy zarządzaniu budżetem</p>	8h	Agnieszka Barej
5	03.11.2017	Zagrożenia i raportowanie, ryzyka i problemy	<p>Monitorowanie i ocena projektu, zarządzanie ryzykiem w projekcie, definicja ryzyka – zagrożeń i szans, identyfikacja ryzyk, reakcje na ryzyko, strategie zarządzania ryzykiem, wycena ryzyk</p> <p>Umiejętność widzenia 2 kroki wprzód</p>	8h	Anna Surdyk
6	04.11.2017	Podsumowanie	<p>Dzień z osobą z branży, omówienie 3 case studies ze świata komunikacji marketingowej, jak przetestować informacje z zajęć na pracę w agencji reklamowej/ domu mediowym</p> <p>Rozmowy z PMami, Q&A</p>	8h	Danuta Skarbek