

SZKOŁA ZARZĄDZANIA PROJEKTAMI W KOMUNIKACJI

” Stworzyliśmy unikatową okazję do przekazania praktycznej wiedzy i doświadczeń osób, które odpowiadają za wielkie i małe projekty marketingowe, z sukcesem stosując najlepsze praktyki metodycznego zarządzania projektami. ”

Kompetencje

Innowacyjność
Skuteczność
Kreatywność



Lokalizacja

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



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 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, a także uzyskać uznawany na całym świecie certyfikat AgilePM Foundation.

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 codziennych zmaganiach.

W trakcie szkolenia uczestnicy zapoznają się z najważniejszymi założeniami metodyki AgilePM, strukturą procesu oraz pojęciami charakterystycznymi dla projektów komunikacji marketingowej.

Poznają wszystkie role, produkty i techniki metodyki oraz przyswoją wiedzę z zakresu pryncypiów AgilePM. Szkolenie wskazuje też krytyczne czynniki sukcesu, o których należy pamiętać, decydując się na zwinne zarządzanie projektem marketingowym.

Na zakończenie szkolenia uczestnicy przystąpią do akredytowanego egzaminu AgilePM Foundation, które jest międzynarodowo uznawanym potwierdzeniem kompetencji w zarządzaniu projektami.

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.
CERTYFIKOWANE SZKOLENIA AGILE PM 2.0 DLA PRZEMYSŁÓW KREATYWNYCH	Dwudniowe certyfikowane szkolenie wg. metodyki AgilePM 2.0 zakończone egzaminem AgilePM Foundation

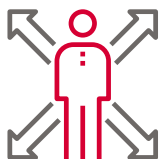


DO KOGO SKIEROWANA JEST SZKOŁA:

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 ŻYCIE 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 przygotowanie uczestników do egzaminu AgilePM Foundation i umożliwienie im uzyskania certyfikatu

WYKŁADOWCY:



Iwona Doktorowicz-Dudek
Vice President Marketing



Marcin Olkowicz
Dyrektor Generalny
Związek Firm Public



Michał Durski
Scrum Master/Scrum Jedi
Laboratorium EE



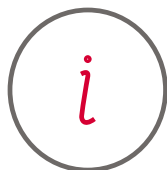
Agnieszka Barej
Head of Media and Digital
Central Europe
Procter&Gamble



Anna Surdyk
Project Manager
4finance



Kinga Matysiak
BDM / Trener
Altkom Akademia



ORGANIZACJA ZAJĘĆ:

Lokalizacja

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



Zapisy

szkolenia@sar.org.pl



Zapewniamy

Materiały dydaktyczne
Pomoce naukowe
Kawa, herbata, ciastka
Obiad



Koszt udziału:

5 525 zł dla członków SAR
6 500 zł dla firm niezrzeszonych

TERMINY I TEMATY ZAJĘĆ:

DATA	TEMAT	WYKŁADOWCA
09.02.2018	<ol style="list-style-type: none"> 1. Zwinny zespół (Xh wykładów, Xh ćwiczeń i pracy na studiach przypadku) <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Budowanie zespołu projektowego, struktura podziału pracy w zespole, kluczowe osoby w projekcie, role projektowe; 1.2. Otoczenie i struktury projektu/ budowanie świadomości jakie osoby kształtują środowisko pracy i rozumienie ich roli; 1.3. Zarządzanie komunikacją w projekcie. Komunikacja wewnętrzna i zewnętrzna, motywacja zespołu, radzenie sobie z konfliktem w projekcie/ korzystanie z macierzy zasobów ludzkich, wydajność zespołu. 	Marcin Olkowicz
10.02.2018	<ol style="list-style-type: none"> 2. Cele i zakres projektu (Xh wykładów, Xh ćwiczeń i pracy na studiach przypadku) <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Podkreślenie ważności celu w projekcie. Prawidłowe definiowanie celów w projekcie. 2.2. Typy celów. Liczba celów w projekcie i kryteria ich doboru. 2.3. Uzgodnienia celów ze stakeholderami i z osobami w projekcie. Jak monitorować cele w projekcie? 	Iwona Doktorowicz -Dudek
23.02.2018	<ol style="list-style-type: none"> 3. Lista zadań i tworzenie wymagań (Xh wykładów, Xh ćwiczeń i pracy na studiach przypadku) <ol style="list-style-type: none"> 3.1. Podział elementów częściowych i końcowych na mniejsze części i szczegółowe, 3.2. Określenie zakresu prac niezbędnego do ich wykonania, 3.3. Kontrola zadań 	Michał Durski
24.02.2018	<ol style="list-style-type: none"> 4. Czas i budżet (Xh wykładów, Xh ćwiczeń i pracy na studiach przypadku) <ol style="list-style-type: none"> 4.1. Zarządzanie projektem w czasie. 4.2. Szacowanie czasu trwania zadań i etapów. 4.3. Harmonogramowanie. 4.4. Zarządzanie kosztami w projekcie, szacowanie i tworzenie budżetu projektu (etapy), koszty w projekcie, finansowanie projektu 4.5. Rozliczanie budżetu. 4.6. Częste błędy przy zarządzaniu budżetem. 	Agnieszka Barej
09.03.2018	<ol style="list-style-type: none"> 5. Zagrożenia i raportowanie, ryzyka i problemy (Xh wykładów, Xh ćwiczeń i pracy na studiach przypadku) <ol style="list-style-type: none"> 5.1. Monitorowanie i ocena projektu, 5.2. Zarządzanie ryzykiem w projekcie, 5.3. Definicja ryzyka – zagrożeń i szans, identyfikacja ryzyk, reakcje na ryzyko, strategie zarządzania ryzykiem, wycena ryzyk. 5.4. Umiejętność widzenia 2 kroki wprzód. 	Anna Surdyk
10.03.2018	<ol style="list-style-type: none"> 6. Połączenie zwinnego i tradycyjnego zarządzania projektami. Efektywne działanie styku biznesu i kreatywności w komunikacji marketingowej. (3h wykładów, 5h ćwiczeń i pracy na studiach przypadku) <ol style="list-style-type: none"> 6.1. Podejście projektowe i specyfika projektów kreatywnych 6.2. Tradycyjne zarządzanie projektami – planowanie, realizacja i dostarczanie produktu projektu 6.3. Zwinnie i elastycznie – pryncypia agile i iteracyjne dostarczanie 6.4. Tradycja i zwinne – jak potążyć ogień i wodę w projektach kreatywnych 	Kinga Matysiak
23-24.03.2018	<ol style="list-style-type: none"> 7. Agile PM dla przemysłów kreatywnych Dwudniowe certyfikowane szkolenie wg. metodyki AgilePM 2.0 zakończone egzaminem AgilePM Foundation (uzyskanie certyfikatu przez ok 90% uczestników) 	Kinga Matysiak