
**Szkolenie online pn. „Kampania promocyjna UŚ”
realizowane dla Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach**

Szkolenie skierowane jest do pracowników administracyjnych i kadry zarządzającej zatrudnionych w szczególności w jednostkach zajmujących się promocją oraz komunikacją na Uniwersytecie Śląskim w Katowicach.

Celem szkolenia dotyczącego kampanii promocyjnej jest:

- Nabycie kompetencji opracowania briefu kampanii
- Nabycie kompetencji opracowania celów kampanii reklamowej na przykładzie Uniwersytetu Śląskiego
- Nabycie kompetencji analizy otoczenia rynkowego, celów szczegółowych, grupy docelowej w oparciu o narzędzia badawcze, dostępne raporty oraz doświadczenie, zrozumienie odbiorców i ich potrzeb w kontekście komunikacji marketingowej
- Nabycie kompetencji opracowania briefu kreatywnego, ukierunkowanego na konkretne rozwiązania
- Nabycie kompetencji stworzenie idei kreatywnej, adekwatnej dla grupy docelowej, odpowiadającej na insight i wykorzystującej kontekst np. czasu trwania kampanii lub miejsca jej prowadzenia.
- Nabycie kompetencji opracowanie kampanii w internecie - zaprojektowanie interakcji i architektury informacji, a następnie stworzenie projektu graficznego.
- Nabycie kompetencji opracowania harmonogramu wykonywanych zadań
- Nabycie kompetencji opracowania kosztorysu kampanii.

Forma realizacji

W jego trakcie wykorzystane zostaną co najmniej następujące metody dydaktyczne: wykład, prezentacja z praktycznymi przykładami, case studies, analiza dokumentów, dyskusja, wymiana doświadczeń między uczestnikami, trening nowych umiejętności w formie udziału w ćwiczeniach praktycznych.

Program szkolenia:

- I. WPROWADZENIE DO TEMATYKI (8 h)
 - 1) Założenia strategiczne do tworzenia kampanii promocyjnych w oparciu o strategię promocji UŚ
 - 2) Formułowanie celów kampanii – tworzenie briefu
 - 3) Definiowanie grup docelowych i dookreślenie tego, czego od marki oczekują ich reprezentanci (wywiady z reprezentantami grup docelowych)
 - 4) Analiza konkurencji (praca w grupach)
 - 5) Pozycjonowanie oferty – wyróżnienia na tle konkurencji (z wykorzystaniem metody Błękitnego Oceanu)
- II. KAMPAKIA PROMOCYJNA UŚ– CZĘŚĆ PIERWSZA (8 h)
 - 1) Big idea – nadrzędna koncepcja kampanii promocyjnej
 - 2) Claim – hasło towarzyszące działaniom promocyjnym
 - 3) Opracowanie layoutu kampanii
 - 4) Prezentacja – feedback – korekta
- III. KAMPAKIA PROMOCYJNA UŚ – CZĘŚĆ DRUGA (8 h)
 - 1) Przygotowanie layoutu do badania, wprowadzenie korekt

- 2) Przygotowanie badań (kwestionariusze, scenariusze, ankiety)
- 3) Badania w grupach docelowych (fokusy lub wywiady)
- 4) Prezentacja wyników badań
- 5) Wybór narzędzi do realizacji kampanii promocyjnej
- 6) Utworzenie harmonogramu wdrożenia
- 7) Opracowanie założeń budżetowych

Informacje o wykonawcy i trenerach realizujących szkolenie

Organizator: **ZESPÓŁ EKSPERTÓW MANAGER Pelczar Sp. J.**

ZEM KRAKÓW - TO NAJWYŻSZA JAKOŚĆ OFEROWANYCH USŁUG

Jakość jest głównym wyznacznikiem naszej pracy. Mamy świadomość, iż gwarancją naszego sukcesu jest satysfakcja naszych Klientów. Wszystkie nasze działania zmierzają, do spełnienia oczekiwań i wymagań Klientów w proponowanej przez nas ofercie usług szkoleniowo-doradczych.

Pracujemy w oparciu o następujące standardy:

W zakresie zarządzania projektami: standardy PRINCE2

W zakresie coachingu: standardy ICF (International Coach Federation)

W zakresie realizacji szkoleń, doradztwa i zarządzania organizacją:

System Zarządzania Jakością wg normy ISO 9001:2015 (certyfikat IQNet)

Kodeks Dobrych Praktyk, Standard Usług Szkoleniowych Polskiej Izby Firm Szkoleniowych

Znak Jakości - Małopolskie Standardy Usług Edukacyjno-Szkoleniowych Insights Discovery™

Prowadzący: **Marcin Janowski - stały ekspert ZEM.**

Od 9 lat związany z branżą Public Relations. Doradza klientom jak wykorzystać narzędzia media społecznościowe w działaniach wizerunkowych, sprzedażowych i rekrutacyjnych. Prelegent na konferencjach i kongresach na m.in. Europejskim Forum Gospodarczym Małych i Średnich Przedsiębiorstw w Katowicach.

Jako konsultant z zakresu komunikacji w mediach społecznościowych szkolił pracowników działów marketingu i public relations m.in. Centrum Nauki Kopernik, AGH, Wyższa Szkoła Humanitas, AutoDesk, Cresa Poland, Avon Polska, BSI Group Polska, Kopalnia Soli w Wieliczce,

Sodexo, Entelo Sp.z.o.o, Wiss Group, Carlex Design i wiele innych. Ekspert w T-mobile w projekcie Śniadania Biznesowe z T-mobile.

Prowadził szkolenia dla wielu ośrodków akademickich m.in. Wyższa Szkoła Finansów i Prawa w Bielsku-Białej, KUL w Lublinie, AGH w Krakowie, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach, Akademia Ignatianum w Krakowie, Wyższa Szkoła Administracji w Bielsku-Białej, Wyższa Szkoła Humanitas w Sosnowcu, Akademia Humanistyczno-Ekonomiczna w Łodzi.

Harmonogram szkolenia online pn.

**„Kampania promocyjna UŚ”
realizowane dla Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach**

Godziny zajęć	Zakres tematyczny - I dzień
8.45 – 9.00	Logowanie do system
9.00 – 9.15	Test sprawdzający (pre test – uczestnicy na maila otrzymują w wordzie test, którą wypełniają i odsyłają na podany mail)
9.15 – 11.00	WPROWADZENIE DO TEMATYKI (8 h) 1) Założenia strategiczne do tworzenia kampanii promocyjnych w oparciu o strategię promocji UŚ 2) Formułowanie celów kampanii – tworzenie briefu
11.00 – 11.15	Przerwa
11.15 – 13.00	3) Definiowanie grup docelowych i dookreślenie tego, czego od marki oczekują ich reprezentanci (wywiady z reprezentantami grup docelowych) 4) Analiza konkurencji (praca w grupach)
13.00 – 13.15	Przerwa
13.15 – 15.00	5) Pozycjonowanie oferty – wyróżnienia na tle konkurencji (z wykorzystaniem metody Błękitnego Oceanu)
15.00 – 15.30	PYTANIA I ODPOWIEDZI

Godziny zajęć	Zakres tematyczny - II dzień
8.45 – 9.00	Logowanie do system
9.15 – 11.00	II. KAMPANIA PROMOCYJNA UŚ– CZĘŚĆ PIERWSZA (8 h) 1) Big idea – nadrzędna koncepcja kampanii promocyjnej
11.00 – 11.15	Przerwa

Projekt pt. „Jeden Uniwersytet – Wiele Możliwości. Program Zintegrowany”

11.15 – 13.00	2) Claim – hasło towarzyszące działaniom promocyjnym 3) Opracowanie layoutu kampanii
13.00 – 13.15	Przerwa
13.15 – 15.00	4) Prezentacja – feedback – korekta
15.00 – 15.30	PYTANIA I ODPOWIEDZI

Godziny zajęć	Zakres tematyczny - III dzień
8.45 – 9.00	Logowanie do system
9.15 – 11.00	III. KAMPANIA PROMOCYJNA UŚ – CZĘŚĆ DRUGA (8 h) 1) Przygotowanie layoutu do badania, wprowadzenie korekt 2) Przygotowanie badań (kwestionariusze, scenariusze, ankiety) 3) Badania w grupach docelowych (fokusy lub wywiady)
11.00 – 11.15	Przerwa
11.15 – 13.00	4) Prezentacja wyników badań 5) Wybór narzędzi do realizacji kampanii promocyjnej
13.00 – 13.15	Przerwa
13.15 – 14.45	6) Utworzenie harmonogramu wdrożenia 7) Opracowanie założeń budżetowych
14.45 – 15.00	Test sprawdzający (post test - uczestnicy na maila otrzymują w wordzie test, który wypełniają i odsyłają na podany mail)
15.00 – 15.30	PODSUMOWANIE, DYSKUSJA, PYTANIA I ODPOWIEDZI. Ankieta podsumowująca szkolenie (uczestnicy otrzymują na maila link do ankiety, którą wypełniają i odsyłają)