



## **Witamy bardzo serdecznie....**

*Marketing Communication Academy to miejsce spotkań marketerów, którzy wciąż poszukują, którzy chcą się wciąż rozwijać.*

*Marketing Communication Academy powstała po doświadczeniach, jakie mamy na co dzień z projektami marketingowymi. Najczęściej rzeczywistość rynkowa, z jaką mamy do czynienia, nie przystaje do teorii. Program MCA powstał z myślą o praktyce komunikacji marketingowej.*

*Wszyscy nasi wykładowcy są praktykami marketingu i laureatami wielu nagród. Służą Państwu całą swoją wiedzą i doświadczeniem w czasie swoich "dni autorskich". Każdy wykładowca dostosowuje program zajęć do profilu słuchaczy. Zajęcia prowadzone w małych grupach pozwalają na pełną interaktywność.*

*Szczycimy się atrybutami, które zdecydowanie nas wyróżniają na rynku tzw. "szkoleń". Chcemy stworzyć środowisko praktyków, którzy będą ekskluzywną grupą polskich marketerów i będą dumni z posiadania dyplomu MCA.*

*Kłaniam się nisko i do zobaczenia na zajęciach*

*Maciej Testawski*



## Marketing Communication Academy

### **Specjalizacja w marketingu**

Pierwsze seminarium poświęcone komunikacji marketingowej zorganizowaliśmy 17 czerwca 2002 roku. Od tego czasu pozostajemy wierni "specjalizacji". Nie szkolimy ze "wszystkiego". Budujemy markę, która ma dawać wartość naszym absolwentom.

### **Lojalność Klientów MCA**

Wielu słuchaczy MCA do nas powraca na kolejne zajęcia tematyczne. Sukcesywnie rośnie grupa osób dyplomowanych przez MCA. Z niektórymi słuchaczami spotykamy się po 7 latach... Znakomita większość firm szkoliła u nas więcej niż jedną osobę.

### **Wiedza kompletna**

Zajęcia w MCA trwają kilka dni, zajęcia z jednego tematu trwają cały dzień tak, aby wykładowca zdążył przekazać całość materiału i rozwiązać wszelkie wątpliwości słuchaczy. Nie ograniczamy czasu "penetracji" tematu do kilkudziesięciu minut, czasami zajęcia przeciągają się do wieczora przy dyskusjach nad problemami naszych słuchaczy.

### **Praktyka i inspiracja**

Różnorodność narzędzi komunikacyjnych i zaawansowane techniki nie mają odbicia w żadnym programie nauczania. Uczelnie przekazują wiedzę czysto teoretyczną. W Akademii słuchacze znajdują poza teorią komunikacji, przede wszystkim praktykę. Będą mogli nie tylko spotkać ludzi, którzy na co dzień zajmują się realizacją programów komunikacyjnych, ale przede wszystkim poznać praktyczne przykłady zastosowań.

### **Eksperci MCA**

Nasi wykładowcy to doświadczeni praktycy komunikacji marketingowej. Posiadają ogromną wiedzę i doświadczenie w dziedzinach, którymi się zajmują. Wielokrotnie są autorytetami w Polsce i poza jej granicami. Poza doświadczeniem czysto praktycznym zdobyli również wiedzę z innych rynków, którą oddajemy do Państwa dyspozycji. Korzystajcie z nich „do upadłego”...



Dla tych z Państwa, którzy uczestniczą we wszystkich zajęciach oddajemy całkowicie bezpłatnie konsultacje Waszych problemów z wykładowcami przez cały czas Waszego pobytu w MCA. Przekażcie nam swoje pytania i problemy, a ekspert z danej dziedziny odpowie na nie wykorzystując całą swoją wiedzę.

### **Przyjazna atmosfera zajęć**

Grupy na seminariach MCA liczą maksymalnie kilkanaście osób. Robimy tak w celu zbudowania atmosfery spotkania towarzyskiego. Taka wielkość grup pozwala na zachowanie pełnej interaktywności i otwartości słuchaczy, co z kolei zapewnia pełnię wykorzystania czasu zajęć.



## Gwarancja jakości

Najlepszym gwarantem jakości zajęć w MCA jest wiedza i doświadczenie naszych wykładowców.

Ludzie ci zostali dobrani szczególnie dokładnie. Najważniejsze były:

- wieloletnie doświadczenie praktyczne w komunikacji marketingowej
- bogata wiedza zarówno teoretyczna jak i praktyczna w poszczególnych dziedzinach
- umiejętność przekazania własnej wiedzy i doświadczeń
- doświadczenie w prowadzeniu wykładów i zajęć z tematyki komunikacji marketingowej
- umiejętność nawiązania dialogu ze słuchaczami i pozytywnych relacji

Wierzymy, że nasi wykładowcy spełnią Państwa oczekiwania i powrócicie do pracy zadowoleni i z bogatszym doświadczeniem marketingowym.

Doświadczenie nasze dotyczy również aspektu organizacyjnego. Od wielu lat organizujemy szkolenia i seminaria wyłącznie o tematyce marketingowej, wielu z nas wykładało w większości firm szkoleniowych, zdobywaliśmy doświadczenie od ekspertów komunikacji marketingowej, którzy zostali już uznani za guru marketingu, jak np. Stan Rapp, czy Jack Trout...

## Program Marketing Communication Academy

Program Akademii obejmuje swoim zakresem wszystkie obszary komunikacji marketingowej.

Programem MCA staraliśmy się objąć wszystkie aspekty planowania komunikacji marketingowej.

Przeżemy podstawy teoretyczne, aspekty kreatywne i badawcze, ale przede wszystkim zakres praktycznych zastosowań narzędzi komunikacyjnych.

Zajęcia będą odbywały się zgodnie z harmonogramem w dogodnym miejscu niedaleko centrum Warszawy. Zajęcia podzielone są na kolejne „sesje”, których program ulega minimalnym modyfikacjom. Zachowana zostaje podstawowa logika układu - od ogółu do szczegółu.

Szczególny nacisk kładziemy na strategię marketingową i strategiczne podejście do stosowanych narzędzi komunikacji marketingowej. Planowanie strategiczne odbywa się bowiem zazwyczaj po stronie Klienta lub z udziałem agencji. Jest podstawą dla wszelkich dalszych działań marketingowych.

Uczestnicy pełnego programu MCA na zakończenie sesji otrzymują kwestionariusz (test) z pytaniami od wykładowców. Na podstawie odpowiedzi na pytania merytoryczne będzie przyznawany dyplom MCA dla każdego uczestnika i tytuł **Master in Communication & Advertising**.



## Miejsce zajęć Marketing Communication Academy

Zajęcia organizujemy w ośrodkach konferencyjnych lub salach hotelowych przeznaczonych specjalnie do tego celu. Zawsze informujemy o dokładnej lokalizacji miejsca zajęć drogą mailową wszystkich uczestników przed zajęciami.

Obiekt SCSK Żurawia położony jest w samym centrum Warszawy przy ul. Żurawiej 47 (1 min. od skrzyżowania ul. Marszałkowskiej i Al. Jerozolimskich), blisko głównych węzłów komunikacyjnych i Dworca Centralnego. Z okien obiektu rozpościera się widok na Pałac Kultury i Nauki, a usytuowanie obiektu za budynkami przy głównych arteriach zapewnia ciszę i spokój. Przy obiekcie znajduje się znana restauracja "Smaki



Warszawy" oraz klimatyczna Winiarnia "Cykada".

Obiekt posiada pokoje z łazienkami i TV w ilości: 2 apartamenty (1 apartament z dwoma pokojami, i dwoma dużymi łóżkami, gdzie może zmieścić się nawet 4-osobowa rodzina, i apartament z jednym łóżkiem małżeńskim), 2 pokoje 1-osobowe, 1 pokój 2-osobowy, 5 pokoi 3-osobowych, 1 pokój 4-osobowy.

Wyposażenie pokoi: łazienka, TV, szafy, stoliki, fotele, lampki nocne, czajnik, część pokoi posiada w wyposażeniu także lodówki. Jest także dostęp do Internetu (przewodowy i bezprzewodowy).

SCSK jako centrum konferencyjne dysponuje klimatyzowanymi salami konferencyjnymi różnej wielkości od 14 do 100 osób.

### Adres hotelu:

Warszawa, ul. Żurawia 47



W szczególnych przypadkach, a zwłaszcza na życzenie naszych słuchaczy organizujemy zajęcia w [Pałacu w Jabłonie](#). Jest to Dom Zjazdów i Konferencji Polskiej Akademii Nauk.

W pałacu oraz w sąsiadującym z nim budynku hotelowym znajdują się różnej wielkości, przestronne, reprezentacyjne sale. Zachwycają one stylowym wystrojem wnętrza, a zwłaszcza doskonale zachowanymi sztukateriami i malowidłami ściennymi, meblami i obrazami z końca XVIII i pierwszej połowy XIX wieku.



Zespół pałacowo-parkowy w Jabłonie to znakomite miejsce do organizacji konferencji, sympozjów i cyklicznych szkoleń. Klientom są udostępniane różnej wielkości sale konferencyjne, zapewniony nocleg w stylowo urządzonym hotelu i całodzienne wyżywienie w restauracji znajdującej się w podziemiach pałacu.

Pałac w Jabłonie został wyróżniony i znalazł się na liście rankingowej "Dziesięć NAJ" Katalogu Obiektów i Usług Konferencyjnych w roku 2008 w kategorii 10 najlepszych obiektów konferencyjnych w zabytkach.



## Program zajęć seminarium „CSR i Public Relations”

### Dzień - 1:

### Corporate Social Responsibility

*Krzysztof Jakubiak*

- Wprowadzenie do CSR
  - Geneza i ewolucja idei społecznej odpowiedzialności biznesu
  - CSR - co to jest?
  - CSR, PR, marketing - punkty styeczne i różnice
  - CSR a etyka biznesu
  - teoria interesariuszy
- Analiza interesariuszy zewnętrznych i wewnętrznych
  - interesariusze zewnętrzni
    - identyfikacja
    - badanie oczekiwań
    - możliwe pola współpracy
    - narzędzia CSR wywierania wpływu
  - CSR wewnętrzny
    - rekrutacja
    - motywacja
    - budowanie zespołu
    - rozwój kompetencji
  - wolontariat pracowniczy
    - kreowanie
    - zarządzanie, wspieranie
    - korzyści
- CSR - dowolność czy wymóg rynku?
  - CSR „twardy” a CSR „miękki”
  - Rząd Polski o CSR
- CSR w strategii marketingowej
  - sponsoring w aspekcie społecznego zaangażowania biznesu
  - kampanie społeczne jako narzędzie marketingowe
  - charytatywność na sprzedaż
- Strategiczny CSR
  - wykorzystanie zasobów
  - korzyści
  - wspieranie rozwoju
- Raportowanie
  - zasady
  - case studies



- Czy i jak komunikować działania CSR?
  - cele
  - zasady
  - kanały komunikacji
  - dialog z interesariuszami
- Inne aspekty CSR
  - współpraca firm z NGO
  - fundacje korporacyjne - plusy i minusy
  - drażliwe tematy - związki zawodowe
  - case study

## **Dzień - 2:**

### **Public Relations w praktyce**

*Anna Grabowska*

Seminarium przeznaczone jest dla

- osób chcących poszerzyć swoje kwalifikacje zawodowe o PR,
- pracowników PR chcących rozwijać i doskonalić swój warsztat,
- specjalistów w dziedzinie marketingu, sprzedaży lub HR chcących wzbogacić swoją praktykę o aspekt PR
- menedżerów, którzy chcą zadbać o komunikację z audytoriami wewnątrz i na zewnątrz organizacji

Uczestnicy seminarium zyskają

- świeże spojrzenie na koncepcję PR
- znajomość współczesnej praktyki oraz rynku PR
- umiejętność efektywnego organizowania współpracy z agencją PR
- umiejętność pozyskiwania klientów dla agencji PR i rozwijania współpracy z nimi
- praktyczną umiejętność planowania strategii PR oraz stosowania kluczowych narzędzi PR
- podstawowe umiejętności miękkie niezbędne w pracy PR

Zajęcia łączą w sobie

- wykład,
- studium przypadku,
- wymianę opinii i doświadczeń uczestników,
- praktyczne ćwiczenia doskonalące kompetencje zawodowe oraz umiejętności miękkie.

### **Program seminarium:**

1. Istota public relations





- a. *Co ma cyrk do związków zawodowych* – geneza i definicje PR
  - b. *W telewizji powiedzieli...* – współczesna praktyka PR
  - c. *Wizerunek czy reputacja* – cele PR
  - d. *Kto mówi, kto słucha* – model komunikacji w PR
  - e. *Skala szarości* – etyka PR
2. Główne obszary działań PR
    - a. Komunikacja bezpośrednia
    - b. Komunikacja z mediami
    - c. Komunikacja kryzysowa
    - d. Komunikacja wewnętrzna
    - e. Wydarzenia specjalne
    - f. Komunikacja wirusowa
3. PR w różnych modelach organizacyjnych
    - a. PR w firmie w relacji do
      - i. zarządzania organizacją
      - ii. marketingu
      - iii. sprzedaży
      - iv. zarządzania zasobami ludzkimi
    - b. Usługi PR
      - i. Wybór agencji PR i organizacja współpracy z nią
      - ii. Pozyskanie i utrzymanie klienta w agencji PR
4. Planowanie strategiczne w PR
    - a. Dobrze sformułowany cel
    - b. Audytoria, interesariusze, liderzy opinii
    - c. Kluczowe komunikaty
    - d. Kanały komunikacji
    - e. Media masowe
    - f. Formułowanie przekazu w PR
    - g. Modelowanie komunikacji dwustronnej w PR
5. Narzędzia PR
    - a. Wizerunek osobisty
    - b. Rozmowy telefoniczne
    - c. Spotkania
    - d. Notatki i korespondencja
    - e. Komunikaty
    - f. Materiały dla mediów
    - g. Wystąpienia medialne
    - h. Wystąpienia publiczne
    - i. Reklama
    - j. Wydawnictwa korporacyjne
    - k. Internet
    - l. Media alternatywne



## Krzysztof Jakubiak

Posiada prawie 20-letnie doświadczenie w branży PR, przede wszystkim na rynku polskim, realizował także projekty w innych krajach Europy Środkowej i Wschodniej. Członek Stowarzyszenia IPR. Aktualnie pracuje jako konsultant, współpracując z wieloma podmiotami i prowadząc własną firmę Sparkhouse. Jest członkiem Akademii Ekspertów PRoto. Ma na swoim koncie wiele przeprowadzonych szkoleń z zakresu komunikacji publicznej, wykorzystania internetu do działań Public Relations, od kilku lat prowadzi zajęcia ze studentami Wydziału Polonistyki Uniwersytetu Warszawskiego.



W latach 2004-2010 pełnił funkcję Dyrektora PR w firmie Polpharma SA, nadzorując komunikację korporacyjną, działania w zakresie CSR, internetu oraz komunikacji wewnętrznej w firmie. Przygotował dwa raporty społeczne, nadzorował strategię budowania wizerunku i promocji Fundacji na rzecz Wspierania Rozwoju Polskiej Farmacji i Medycyny.

Swoją ścieżkę zawodową w dziedzinie komunikacji rozpoczął w 1993 roku od pracy w Biurze Prasowym Rządu oraz następnie jako rzecznik prasowy Ministerstwa Finansów (odpowiadał m.in. za nadzór kampanii informacyjnej związanej z wprowadzeniem podatku VAT). Pracował jako dyrektor marketingu w Business Foundation. Odpowiadał za działania reklamowe w Polskim Banku Inwestycyjnym. Jako PR Manager w firmie Henkel Polska organizował jej działania w zakresie komunikacji korporacyjnej, wewnętrznej, Brand PR oraz sponsoringu i wydawnictw firmowych.

Pracował w firmie Coca-Cola Poland Services, odpowiadając za kontakty zewnętrzne, komunikację korporacyjną i zarządzanie kryzysowe. Stworzył pierwsze polskie strony internetowe Coca-Coli. Rozwijał największy w Polsce turniej piłkarski dla dzieci i młodzieży Coca-Cola Cup. Jako wiceprezes Stowarzyszenia Promarka działał na rzecz promocji produktów markowych. Pracował także w firmie Lafarge Polska, rozwijając m.in. projekty komunikacji wewnętrznej oraz wprowadzając system zarządzania kryzysowego.

Studiował na Wyższej Szkole Zarządzania - Thames Valley University. Odbył podyplomowy kurs w zakresie komunikacji publicznej na Królewskim Uniwersytecie Leiden w Holandii. Odbył półtoraroczne stypendium ECESP na Georgetown University w USA, studiował na University of Wisconsin, na którym uzyskał dyplom BA. Pracował w waszyngtońskim Center of Strategic and International Studies. Ukończył roczny program szkoleniowy brytyjskiego Institute of Public Relations.



## Warunki udziału w seminarium „CSR i Public Relations”

- **Zgłoszenia terminowe**
  - **1 640 zł** – udział w 2 dniowym bloku
- **Zgłoszenia później niż 10 dni przed zajęciami**
  - **2 140 zł** – udział w 2 dniowym bloku
- Zgłoszenia na pełną sesję MCA
  - **8 200 zł** – 6 bloków 2-dniowych.

*Wszystkie ceny + 23% VAT*

- Koszty obejmują:
  - Posiłki
  - Przerwy kawowe
  - Materiały
  - Certyfikat/dyplom
- Szczegółowe warunki płatności znajdują się w formularzu zgłoszeniowym

## Udział w pełnej sesji MCA:

- W pierwszej kolejności przyjmujemy zgłoszenia na pełną sesję. Dopiero w miarę wolnych miejsc, przyjmujemy zgłoszenia na pojedyncze zajęcia.
- Przyjęcia na pełną sesję MCA kończymy na 2 tygodnie przed rozpoczęciem sesji.
- Aby otrzymać dyplom MCA konieczny jest udział we wszystkich zajęciach tematycznych.
- W edycji w której rozpoczynają się zajęcia w MCA uczestnik może opuścić maksymalnie 2 dni zajęć.
- Fakturujemy uczestników przed rozpoczęciem zajęć pełnej sesji.