H A R M O N O G R A M S Z K O L E N I A

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Data realizacji szkolenia | Przedmiot /Temat | Godziny realizacji szkolenia | Liczba godzin szkolenia | Trener prowadzący szkolenie(imię i nazwisko) |
| **Dzień I** | Powitanie i wprowadzenia do szkolenia1. Reklama jako komunikacja pomiędzy przedsiębiorcą a klientem
	* Komunikacja marketingowa w XXI wieku
	* Jaki chcemy przesłać przekaz? – wizja firmy w reklamie
	* Kreowanie spójnej marki i przekazywanie jej w reklamie
	* Jak sprawić by komunikacja z klientami była obustronna?
 | 9:00-10:30 | 2 | Marcin Krukar |
| **przerwa kawowa** | **10:30 – 10:45** |  |  |
| 1. Wpływ reklamy na klientów
 | 10:45 – 12:15 | 2 | Marcin Krukar |
| **lunch** | **12:15 – 12:45** |  |  |
| 1. Co to znaczy „skuteczna reklama” – studium przypadków
* Najlepsze kampanie reklamowe – analiza marketingowa – case study
* Niestandardowe formy reklamy
* Gadżety firmowe
* Eventy firmowe
 | 12:45 – 14:15 | 2 | Marcin Krukar |
| **przerwa kawowa** | **14:15 – 14:30** |  |  |
|  | 14:30 – 16:00 | 2 | Marcin Krukar |
| **Dzień II** | 1. Psychologiczne i socjologiczne aspekty tworzenia form reklamowych
* Gwiazda pytań, czyli jak dostosować nasz komunikat do odbiorców?
* Dobór formy reklamy – zalety i wady różnych form
* Forma i treść reklamy
* Kanał dystrybucji reklamy
* Zasięg reklamy
 | 9:00-10:30 | 2 | Marcin Krukar |
| **przerwa kawowa** | **10:30 – 10:45** |  |  |
| 1. Perswazja i manipulacja w komunikatach reklamowych
* Techniki wpływu społecznego stosowane w reklamie
* Reklama podprogowa – prawdy i mity
* Przyszłość reklamy – neuromarketing
 | 10:45 – 12:15 | 2 | Marcin Krukar |
| **lunch** | **12:15 – 12:45** |  |  |
| 1. Clienting jako alternatywa dla reklamy
* Jak reklamować się niskim kosztem?
* Budowanie relacji z klientami
* Wartość referencji
 | 12:45 – 14:15 | 2 | Marcin Krukar |
| **przerwa kawowa** | **14:15 – 14:30** |  |  |
| 1. Budowanie spójnej kampanii reklamowej – gra symulacyjna
2. Podsumowanie i zakończenie szkolenia
 | 14:30 – 16:00 | 2 | Marcin Krukar |
|  |  | **RAZEM** | 16 |  |