



JUŻ OD 2009 ROKU
SZKOLIMY Z ZAKRESU
ORGANIZACJI
WYDARZEŃ



**TRENERZY
Z SUKCESAMI**
W BRANŻY EVENTOWEJ



**MINI - BIBLIOTEKA
EVENTOWA**
DO DYSPOZYCJI
UCZESTNIKÓW



**SALA SZKOLENIOWA
W SAMYM CENTRUM
WARSZAWY**
ŻURAWIA 22



GWARANTUJEMY:

- ✓ Małe grupy od 4 do 16 osób, pozwalające na wykonywanie ćwiczeń, warsztatów i prowadzenie dyskusji
- ✓ Przerwy kawowe i lunch
- ✓ Materiały szkoleniowe i piśmiennicze
- ✓ Trenerów z wieloletnim doświadczeniem w branży
- ✓ Certyfikat ukończenia kursu – w wersji polskiej i angielskiej
- ✓ Kameralną atmosferę w sali z mini-biblioteką eventową!

Organizacja i promocja wydarzeń sportowych

Co zyskasz?

- ✓ Dowiesz się jak prawidłowo przygotować eventy sportowe
- ✓ Dowiesz się jak skutecznie wypromować event sportowy
- ✓ Poznasz studia przypadków i autentyczne przykłady wydarzeń polskich i zagranicznych
- ✓ Zyskasz uporządkowaną wiedzę z zakresu organizacji imprez sportowych, bezpieczeństwa uczestników, aspektów prawnych i współpracy z podwykonawcami
- ✓ Poznasz charakter pracy organizatora imprez sportowych

Dla kogo?

- ✓ Przeznaczone dla osób chcących zdobyć umiejętność organizacji wydarzeń sportowych lub usystematyzować swoją wiedzę w tym zakresie
- ✓ Dla pracowników firm, chcących wykorzystywać potencjał eventów sportowych w strategii marketingowej marki
- ✓ Dla pracowników związków sportowych, agencji eventowych i studentów, chcących związać swoją ścieżkę zawodową z działalnością w sportowej gałęzi branży eventowej
- ✓ Dla wszystkich, którzy chcą rozwijać swoje kompetencje eventowe

Program

(09:00 – 17:00)

1. Event w strategii sponsoringowej marki

- 1.1. Po co aktywować projekty sponsoringowe?
- 1.2. Miejsce eventów w strategii aktywacji
- 1.3. Rodzaje eventów sportowych i ich główne cechy

2. Mapa organizatorów eventów sportowych w Polsce

- 2.1. Główni gracze
- 2.2. Agencja czy klient – tendencje na rynku

3. Planowanie imprezy sportowej

- 3.1. Określenie celów i KPIs
- 3.2. Idea i jej przełożenie na aspekty praktyczne
- 3.3. Impreza dla uczestników biernych (oglądanie) vs. czynnych (uczestnictwo)
- 3.4. Impreza otwarta vs. zamknięta – kluczowe aspekty i konsekwencje
- 3.5. Impreza zwykła vs. masowa
- 3.6. Stworzenie zespołu i podział obowiązków
- 3.7. Zaplanowanie harmonogramu
- 3.8. WARSZTAT: Kreacja eventu pod określony projekt sponsoringowy (wspólne wypracowanie kluczowych założeń)

4. Budżet imprezy sportowej

- 4.1. Modele rozliczeń z klientem
- 4.2. Zasady tworzenia kosztorysu i jego główne elementy
- 4.3. Dobór podwykonawców i negocjacje
- 4.4. Źródła przychodów – klient, sponsor, partnerzy, bilety, dofinansowanie
- 4.5. Współpraca barterowa jako element zwiększający efektywność kosztową
- 4.6. Partnerstwa
- 4.7. Sprzedaż biletów
- 4.8. Pozyskiwanie zewnętrznych budżetów – przygotowanie oferty sponsorskiej i poszukiwanie sponsorów
- 4.9. WARSZTAT: Przygotowanie oferty sponsoringowej

5. Prawne aspekty imprezy sportowej

- 5.1. Kluczowe ustawodawstwo
- 5.2. Wzory umów
- 5.3. Regulamin imprezy
- 5.4. Bezpieczeństwo baz danych i ich przetwarzanie – co RODO zmienia w organizacji imprez sportowych?
- 5.5. Impreza zwykła vs. masowa – co trzeba, co można?

6. Bezpieczeństwo

- 6.1. Mapa zagrożeń dla różnych rodzajów eventów, imprezy podwyższonego ryzyka
- 6.2. Zabezpieczenie medyczne

- 6.3.Policja, ochrona, straż pożarna
- 6.4.Sztab kryzysowy i scenariusze kryzysowe
- 6.5.CASE STUDY / WARSZTAT: Coca-Cola Cup

7. Promocja imprezy sportowej

- 7.1.Czy i kiedy potrzebna jest promocja eventu sportowego?
- 7.2.Rodzaje promocji
- 7.3.PR i media relations
- 7.4.Social media w imprezie sportowej
- 7.5.Marketing i nowatorskie rozwiązania
- 7.6.CASE STUDY: Zagraniczne rozwiązania na różnych poziomach budżetu
- 7.7.CASE STUDY: Kia Kierunek Brazylia – udane połączenie eventu i projektu mediowego
- 7.8.WARSZTAT: Opracowanie planu promocji wybranego wydarzenia

8. Realizacja eventu sportowego

- 8.1.Szczegółowe plany realizacji – po co są, jak je przygotować i na ile mogą być elastyczne?
- 8.2.Kluczowe etapy organizacji i checklista ich elementów
- 8.3.Co jest kluczem do sukcesu?
- 8.4.Consumer/ participant/ stakeholder journey – co przeżyją i zobaczą wszyscy uczestnicy i jak mieć na to wpływ?
- 8.5.CASE STUDY: Polpharma POLRUN
- 8.6.CASE STUDY: Reebok CrossFit
- 8.7.WARSZTAT: Co można ulepszyć w imprezach, w których uczestniczyliśmy?



Kontakt

Event Manager Training Group

Ul. Żurawia 22 , 00-515 Warszawa

Szkolenia otwarte – zapisy i informacje:

Tel. (+48)22 308 00 11, Mail: biuro@emtg.pl, Strona: www.emtg.pl

Szkolenia zamknięte:

Tel. (+48)698 682 267, Mail: dorota.r@emtg.pl



www.facebook.com/szkoleniaEMTG