



Poznaj fascynujący świat sportu i przekonaj się jakie korzyści może dać Twojej firmie

Szanowni Państwo

Serdecznie zapraszamy do wzięcia udziału w unikalnym i wyjątkowym seminarium szkoleniowym pt.

MARKETING I SPONSORING SPORTOWY

**Areny sportowe – komercyjne świątynie XXI wieku
Jak efektywnie alokować budżety reklamowe w przedsięwzięciach sportowych ?**

Podczas seminarium dowiedzie się Państwo :

- dlaczego sport to skuteczna platforma komunikacyjna
- jak efektywnie inwestować pieniądze w reklamę sportową
- jak uzyskać przewagę konkurencyjną w swojej branży używając do tego celu "sprytnych" narzędzi sportowych
- ile kosztują nośniki reklamowe w poszczególnych dyscyplinach sportu
- jak przygotowywać bezpieczne umowy sponsorskie

Wyjaśnimy także

- dlaczego siatkówka jest popularniejsza od koszykówki a Otylia Jędrzejczak od Krzysztofa Hołowczyca
- jak zbudować profesjonalną sportową Strategię Marketingową
- dlaczego wśród sponsorów sportu można spotkać firmy reprezentujące prawie wszystkie sektory gospodarki

Zapoznamy też Państwa z profesjonalnymi i trudno dostępnymi badaniami rynku sportowego !

Podczas seminarium swoją wiedzą podzielą się z Państwem wybitni sportowcy oraz najwybitniejsze autorytety z dziedziny marketingu i zarządzania w sporcie. Wśród nich będą m.in.:

Dariusz Szpakowski - Jeden z najbardziej znanych telewizyjnych komentatorów sportowych

Paweł Korzeniowski – aktualny Mistrz Świata w Pływaniu z Montrealu (2005) i Mistrz Europy z Triestu (2005) na dystansie 200 m. stylem motylkowym

Paweł Słomiński - Trener Polskiej Kadry Olimpijskiej w Pływaniu, Wiceprezes Polskiego Związku Pływackiego i autor największych sukcesów polskiego pływania

Prof. Andrzej Sznajder - Szef katedry Euromarketingu w Szkole Głównej Handlowej oraz autor wielu publikacji na temat sponsoringu sportowego, w tym jedynej na polskim rynku książki o sponsoringu sportowym

Adam Czarnecki - Wiceprezes Zarządu ARC Rynek i Opinia, jedynej firmy w Polsce przeprowadzającej profesjonalne badania rynku sportowego (Raport Sponsoring Monitor).

Grzegorz A. Kita - Prezes Zarządu firmy Sport Management Polska, były Dyrektor Generalny Klubu Piłkarskiego Legia Warszawa i Wiceprezes Klubu Piłkarskiego Polonia Warszawa, prekursor przedmiotu "Zarządzanie klubem sportowym" i wykładowca na Wyższej Szkole Edukacji w Sporcie.

S P O R T

Szukaj wiedzy i inspiracji

Nie pozwól aby najciekawszy rynek współczesnego świata pozostał dla Ciebie

MNIEJ ZNANY NIŻ DLA TWOJEJ KONKURENCJI

Program szkolenia

Seminarium – szkolenie

MARKETING I SPONSORING SPORTOWY

**Areny sportowe – komercyjne świątynie XXI wieku
Jak efektywnie alokować budżety reklamowe w przedsiębiorstwach sportowych ?**

Termin	11 kwietnia 2006 (wtorek)
Miejsce	Warszawa. Hotel IBIS Stare Miasto ul. Muranowska 2. (tel {22} 310 10 00)
Koszt udziału	1500 zł + 22% VAT

8:00 - 9:00 Rejestracja

9:00 - 9:30 Wprowadzenie. Sport – Miłość i Fascynacja

- Dlaczego ludzie kochają sport
- Niezapomniane wydarzenia sportowe – epokowe sukcesy i narodowa dumą
- Telewizja i sport. Sekrety transmisji telewizyjnych
- Sport widziany oczyma komentatora sportowego

**Prelegent : Dariusz Szpakowski, Dziennikarz i Komentator telewizyjny,
Telewizja Polska**

9:30 - 10:30 Sport – dlaczego warto

- Dotychczasowe formy reklamy stają się nieefektywne
- Dlaczego najbogatsi Polacy kupują kluby piłkarskie?
- Co powoduje, że wśród sponsorów sportu można znaleźć tak różnorodne firmy jak koncerny budowlane, linie lotnicze, dostawców gazu, wytwórców ketchupu a nawet producentów szkieł kontaktowych
- Areny sportowe – komercyjne świątynie XXI wieku
- Emocje, emocje, emocje....
- Ocena rynku sponsoringu w Polsce
- Sponsoring w Europie

**Prelegent : Grzegorz A. Kita, Prezes Zarządu,
Sport Management Polska**

10:30 – 11:30 Sponsoring – zagadnienia podstawowe

- Transfer emocji czyli co jest istotą sponsoringu ?
- Jak dokonać transferu wizerunku?
- Dlaczego sponsoring jest skuteczny? Efekt aureoli, środowisko emocji, wdzięczność, styl życia.
- Przewagi konkurencyjne i atuty sponsoringu
- Praktyczne wskazówki wpływające z podziału rodzajów sponsoringu
- Współczesny rozwój sponsoringu

**Prelegent : Andrzej Sznajder, Profesor,
Szkoła Główna Handlowa, Katedra Euromarketingu**

11:30 Przerwa na kawę

11:45 – 12:45 Zainteresowanie sportem - analizy i badania sportowe. Dane o sporcie.

- Zainteresowanie Polaków sportem
- Kim jest kibic ? wiek, zamieszkanie, dochody, wykształcenie
- Kibic jako konsument – jakimi produktami się interesuje?
- Popularność dyscyplin
- Najpopularniejsi polscy sportowcy
- Zauważalność sponsorów w sporcie

**Prelegent : Adam Czarnecki, Wiceprezes Zarządu,
ARC Rynek i Opinia**

12:45 Obiad

13:45 - 14:45 Finanse sponsoringu. Ceny i rodzaje nośników reklamowych

- Kto, komu, za co i ile płaci ?
- Wielkim też nie jest łatwo - prawdziwe kwoty jakie otrzymują największe polskie kluby
- Mity i fakty dotyczące sum sponsorskich w Polsce - przykłady liderów
- Ekspozycja nośników reklamowych – wielkość i kształt reklam
- Kreatywność nośnikowa czyli jak naprawdę być widocznym
- Pańskie oko konia tuczy - jak dbać o swoje interesy ?
- Nośnikowa specyfika obiektów i dyscyplin

**Prelegent : Grzegorz A. Kita, Prezes Zarządu,
Sport Management Polska**

14:45 Przerwa na kawę

15:00 - 16:00 Współpraca ze sponsorem – ROZMOWA I DYSKUSJA

- Punkt widzenia sportowca (podmiotu sponsorowanego)
- Jak sportowcy znoszą obowiązki, które wynikają z umów sponsorskich
- Czy sponsor ma wpływ na wynik sportowy ?
- Jak doprowadzić do idealnej współpracy pomiędzy sportowcem a sponsorem
- Olimpiady – skarbiec wiedzy i doświadczeń

Prelegenci :

Paweł Korzeniowski – aktualny Mistrz Świata w Pływaniu z Montrealu (2005) i Mistrz Europy z Triestu (2005) na dystansie 200 m. stylem motylkowym

Paweł Słomiński - Trener Polskiej Kadry Olimpijskiej w Pływaniu, Wiceprezes Polskiego Związku Pływackiego i autor największych sukcesów polskiego pływania

16:00 -17:00 Umowy sponsoringowe

- Model umowy
- Czy wiesz z kim podpisałeś umowę ? Kto ma prawo do czego?
- Jesteś pewny, że wiesz na co ? Kogo sponsorujemy i w jakich sytuacjach?
- Precyzyjne zapisy świadczeń
- Tricky i haczyki o których nikt wam nie powie
- Jak się zabezpieczyć na wypadek porażek sportowych ?
- Egzekucja i nadzór nad świadczeniami sponsorskimi
- Podstawowe błędy sponsorskie
- Kary umowne i klauzule rozwiązania umów (katalog)

Prelegent : Grzegorz A. Kita, Prezes Zarządu,
Sport Management Polska

17:00 – 18:00 Indywidualne pytania dodatkowe i konsultacje dodatkowe

W razie jakichkolwiek pytań prosimy o **kontakt** : tel. **601 321 238** lub (22) **499 33 02**
e-mail: biuro@sportmanagement.pl

FORMULARZ ZGŁOSZENIOWY

Jeżeli chcecie Państwo wziąć udział w szkoleniu prosimy o wypełnienie i odesłanie faksem Formularza Zgłoszeniowego - www.sportmanagement.pl/formularz.pdf

SZKOLENIA ZAMKNIĘTE

Uprzejmie informujemy , że w naszej ofercie dostępne są również szkolenia zamknięte przeprowadzane w siedzibach firm

Nasi dotychczasowi klienci Wśród dotychczasowych uczestników tego szkolenia byli przedstawiciele m.in. następujących firm : Polska Telefonia Cyfrowa Sp. z o.o. , Puma Polska Sp. z o.o. , BOT Elektrownia Bełchatów S.A. , INTEL Technology Poland Sp. z o.o. , C-MAP Poland Sp. z o.o. , Bank Zachodni WBK S.A. , BOT Kopalnia Węgla Brunatnego Turów S.A. , Agencja Reklamowa BRAWO Sp. z o.o. , Ośrodek Sportu i Rekreacji Warszawa - Wola , UNIBUD Sp. z o.o. , Inter Groclin Auto S.A. , PAOLA S.A. , BOT Kopalnia Węgla Brunatnego Bełchatów S.A. w Rogowcu , Polski Związek Badmintonu , Multimedia Polska Sp. z o.o. , Promotions Partner Sp. z o.o. , Torfarm S.A. , KGHM S.A. , Grupa LOTOS S.A.