

10
m3college
.com **YEARS**

PRemium Education

Първият и единствен Колеж с:

- лиценз по маркетинг, PR и бизнес комуникации в България;
- 24/7 пълно внимание и обслужване;
- индивидуални и групови тренинги, изготвяни според Вашите конкретни нужди и очаквания;
- най-добрите практики в своята област за лектори;
- собствена сграда в сърцето на София;
- гъвкава форма на обучение, подходяща за работещи хора;
- известни отворени събития като PR Thursday;
- всекидневна информация относно тенденции, съвети и любопитни истории от света на бизнеса и комуникациите;
- напълно обновена книжарница и безплатна библиотека.





Максим Бехар

Управител и председател на Борда на директорите

Максим Бехар е мечтател и визионер за по-добър, по-динамичен и етичен свят. Той също така е и практик. Харесва общуването, нетуъркинг, сериозните бизнес проекти, социалните медии, рок музиката, технологичните джаджи и пътуванията, срещите с нови хора и предизвикателствата, колоезденето и скачането с парашут.



Иванка Велкова

Член на Борда

Директор „Администрация, правни и финансови въпроси“

Иванка Велкова е правен консултант на M3 Communications Group, Inc. Тя се включва в екипа през юли 2007 г. Нейните практически сфери са корпоративно право, недвижими имоти, градско планиране, интелектуална собственост, труд и социално осигуряване.

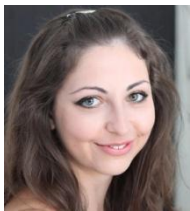


Миглена Семерджиева

Член на Борда

Директор „Медия мониторинг“

Миглена Семерджиева е управляващ директор на HeadLine Ltd. и член на Борда на M3 Communications Group, Inc. и M3 Communications College. Миглена се присъединява към Групата през август 2006 г. Тя е била онлайн мениджър на Headline до 2010 г., когато ѝ поверяват позицията управляващ директор на компанията.



Жасмина Гевезиева

Мениджър „Образование и маркетинг“

ЧАСТ ОТ НАШИТЕ ПРЕПОДАВАТЕЛИ



Константина Маркова
Комуникационен директор на
bTV



Максим Бехар
Изпълнителен директор
и председател на Борда
на директорите на M3
Communications Group,
Inc.



Димитър Танков
Търговски директор на
CSC CITROEN



Симона Чаръкчиева
Съветник
„Корпоративна
социална отговорност“
във VIVACOM



Жюстин Томс
Основател и директор
„Бизнес развитие“ в ABC
Design&Communication
Group web agency



Росен Бъчваров
Директор
„Комуникации“ в
Националната агенция
за приходите



ЧЕЗ България: „Продължаваме да работим с М3 College, защото те отделят необходимото време и внимание, за да разберат нашите специфични нужди и да подготвят всяко обучение така, че то да бъде максимално полезно за нашата компания.“

Данон България: „Радваме се, че можем да разчитаме на професионално отношение и да получим ценни съвети от водещи специалисти, каквито са лекторите в М3 College.“

Visteon Electronics Bulgaria: „Радваме се, че намерихме надежден партньор като М3 College, на които разчитаме за обучения в сферата на комуникациите.“

Банка ДСК: „Екипът на колежа приложи индивидуален подход в разбирането на спецификата на корпоративните нужди на Банка ДСК. Работата беше извършена адекватно, експедитивно, при добра организация и с нужното качество.“

МОЖЕТЕ ДА НАМЕРИТЕ ПРОГРАМИТЕ НА ПОСОЧЕНИТЕ ТРЕНИНГИ НА СЛЕДВАЩИТЕ СЛАЙДОВЕ:

- Презентационни умения;
- Медия тренинги;
- Кризисни комуникации;
- Активни продажби;
- Бизнес преговори;
- Бизнес етикет и протокол;
- Онлайн ПР/Онлайн маркетинг;
- Събитиеен мениджмънт;
- Управление на времето; ...и още много!
- Бранд мениджмънт;
- Управление на Facebook страници за бизнес цели;
- Интегрирани маркетингови комуникации



Времетраене: 14 астрономически часа

Лектор: Росен Бъчваров, директор „Комуникации“ в Националната агенция за приходите



Основни теми:

- Публична реч – функции, видове представяне пред публика. Специфика на аудиторията, информационни потребности
 - Комуникационни средства – Реч, презентация, интерактивни методи за представяне на информацията. Избор на правилното средство за представяне, съобразено с темата и нуждите на публиката
 - Взаимодействие с аудиторията – Управление на времето, външен вид и облекло, вербална и невербална комуникация, контакт с очите, движение в аудиторията. Гласови качества, паузи и интонация, управление на сесията за въпроси и отговори. Справяне с проблемни участници
 - Запомнящата се презентация с Power Point – Базови правила за графичния вид на презентацията. Обща продължителност, структура и съдържание на слайдовете. Технически трикове за приковаване на вниманието на публиката. Интерактивни способи за привличане на интерес – представяне на статистическа информация, графики, видеосъдържание
 - Неконвенционални способи за публична реч – демонстрация, ролева игра, представяне чрез видео или помощни материали. Нетрадиционни начини за привличане на вниманието на публиката.
- Обучението включва видеозаснемане и индивидуална обратна връзка.

Информация за лектора:

Росен Бъчваров ръководи комуникационната политика на Националната агенция за приходите повече от 10 години. Има богат опит в маркетингови проекти в публичния сектор в България и чужбина. Води практически тренинги за работа с медиите, медийни интервюта, публично говорене и презентационни умения. Сред организациите, които са ползвали услугите му, са общински органи, Прокуратурата, бивши и настоящи министри, ръководители на ведомства, частни корпорации в ритейл сектора.

Времетраене: 14 астрономически часа

Лектор: Росен Бъчваров, директор „Комуникации“ в Националната агенция за приходите



Основни теми:

- Въведение във връзките с медиите – функции, принципи и начини на работа на медиите. Организация на връзките с медиите, политика по връзки с обществеността
- Информационни потребности на аудиторията, формулиране на послания: Какво реално интересува публиката, какво е новина и защо е различна за организацията и нейните публики. Посланието – разликата между посредственото представяне и успеха
- Подготовка за интервюто, начини за създаване на запомнящи се послания: Как да набавим нужната информация, как да я структурираме и оформим, стратегии за създаване на запомнящи се послания всеки път
- Успешното интервю за телевизията – Различните ТВ формати изискват различен подход, подготовка за всеки тип интервю по телевизията. Репетиция, външен вид и облекло, език на тялото, невербалните знаци в телевизията, гласови качества, успешни послания и „смесени“ послания. Как да оценим представянето си
- Успешни интервюта за пресата и радиото – Специфика на медийните форми, подход за формулиране на послания, правила за представяне
- Други форми за работа с медиите. Пресконференции и брифинги, съобщения до пресата – Как да подготвим съобщение, което да публикуват, основни белези на успешното съобщение за медиите. Подготовка, провеждане и оценка на пресконференция.

Информация за лектора:

Росен Бъчваров ръководи комуникационната политика на Националната агенция за приходите повече от 10 години. Има богат опит в маркетингови проекти в публичния сектор в България и чужбина. Води практически тренинги за работа с медиите, медийни интервюта, публично говорене и презентационни умения. Сред организациите, които са ползвали услугите му, са общински органи, Прокуратурата, бивши и настоящи министри, ръководители на ведомства, частни корпорации в ритейл сектора.

Времетраене: 14 астрономически часа

Лектор: Константина Маркова, мениджър „Комуникации“ в bTV

Main topics:

- Въведение в кризисните комуникации. Кризи вследствие на бизнес решения
- Кризи вследствие на човешка грешка
- Кризи, породени от слухове и конспиративни теории
- Можем ли да се справим с черния PR, когато не знаем кой е врагът?
- Кризи, породени от публични атаки и клевети
- Кризи, свързани с човешка загуба
- Кризи със звезди
- Как да избегнем кризата? Превенция.



Информация за лектора:

Константина Маркова е мениджър „Комуникации“ в първата частна национална телевизия bTV. В телевизията е от 8 години, била е на различни позиции в PR отдела – като PR координатор и PR мениджър, преди да започне да отговаря за цялостната комуникационна политика на bTV. Преди да направи кариера в телевизията, е работила като журналист. Има бакалавърска степен по „Журналистика и масови комуникации“ в Американския университет в България.

Времетраене: 14 астрономически часа

Лектор: Димитър Танков, търговски директор в CSC CITROEN

Основни теми:

- Кратко разясняване на основните понятия
- Какво се промени в продажбения процес в последните 5 години?
- Защо са необходими активните продажби?
- Как да започнете да осъществявате активни продажби?
- Осъществяване на първоначален контакт. Предизвикване на интерес
- Специфики при телефонен разговор; специфики при електронна комуникация
- Защо не всеки търговец може да прави активни продажби и какви качества и умения са необходими, за да реализирате активни продажби? Как да работите за тяхното усъвършенстване?
- Завършване на продажбата
- Следпродажбено сътрудничество.

Информация за лектора:

Димитър Танков е търговски директор в CSC CITROEN. Има изключително богат опит в продажбите на стоки и услуги и задълбочени познания за психологията на бизнеса. Бил е на редица квалификационни курсове в CITROEN INTERNATIONAL.

Провеждал е редица обучения: Ефективни продажбени умения, Принципи на успешните продажби, Водене на търговски преговори, Умения за вземане на решения и анализ на информацията, Системи за оценка, Работа с трудни клиенти.



Времетраене: 14 астрономически часа

Лектор: Димитър Танков, търговски директор в CSC CITROEN

Основни теми:

- Настоящите продажби – можем ли повече?
- Ролята на търговеца като комуникатор
- Връзката с клиента
- Езикът като инструмент
- Превърнете маркетинговия успех в навик
- Тактики за продажба
- Продажбени техники
- Възражения – как да се справим с тях?
- Природа на несловесните сигнали
- Ролеви игри (най-интересните са свързани с НЛП и езика на жестовите).



Информация за лектора:

Димитър Танков е търговски директор в CSC CITROEN. Има изключително богат опит в продажбите на стоки и услуги и задълбочени познания за психологията на бизнеса. Бил е на редица квалификационни курсове в CITROEN INTERNATIONAL.

Провеждал е редица обучения: Ефективни продажбени умения, Принципи на успешните продажби, Водене на търговски преговори, Умения за вземане на решения и анализ на информацията, Системи за оценка, Работа с трудни клиенти.

Времетраене: 18 астрономически часа

Лектор: Жюстин Томс, основател и директор „Бизнес развитие“ на ABC Design&Communication

Основни теми:

1. Въведение. Обзор на основните онлайн ресурси
2. Аудитория. Кой е в интернет? Нашите публикации онлайн
3. Класически начини за присъствие онлайн
4. Уебсайтът като център на онлайн присъствие
5. Web 2.0 инструментариум и PR – обзор и възможности
6. Блогове. Блогосфери. Нашите корпоративни блогове. Ние в чуждите блогове. Микроблогинг
7. Социални мрежи и социални медии. Начини на присъствие. Успешни практики
8. Twitter – подценяван или просто малко хора знаят как да го използват?
9. Управление на репутацията онлайн
10. Стратегии за успешно онлайн присъствие
11. Примери и добри практики.

Информация за лектора:

Жюстин Томс е водещ експерт в областта на онлайн медиите, маркетинга и PR. Основател и ръководител на уебагенция ABC Design&Communication Group и онлайн медийна група „Аз медиа“, част от която са популярните сайтове Az-jenata.bg, Az-deteto.bg, Kafene.bg и други.

Занимава се с изготвяне на цялостни концепции за изграждане на уебсайтове и онлайн присъствие. Специалист в сферата на интерактивната реклама, онлайн маркетинга, медия планирането за Интернет, имейл маркетинга и Web 2.0. Има публикации в печатни бизнес издания и своя страница в списание .Net, откакто излиза на български език. Автор е на 8 книги по темата онлайн медии и маркетинг, уебприсъствие, на редица изследвания и статии в специализирани издания.



Времетраене: 14 астрономически часа

Лектор: Стефания Темелкова, лектор в Нов български университет

Основни теми:

- Етапите в управлението на събитието
- План за реализация на събитието
- Бюджет
- Подходящите време, място, музика, храна и напитки
- Правилните гости. Специалните гости и известните личности
- Фото- и видеозаснемане, медийно отразяване
- Подизпълнители. Въпросите, които задължително трябва да им зададете
- Креативност на успешните събития – концепция на събитието, дизайн на мястото, писане на сценарии
- Ефективност – запомнящи се събития, резултатни събития, послания, които се помнят дълго
- Как да реагираме адекватно на изненадите, без те да ни костват време и похабяване на излишна енергия
- Какво правим след събитието, за да задържим от него трайна емоция?



Информация за лектора:

Стефания Темелкова има магистърска степен „Управление на връзки с обществеността“ от НБУ и в момента е редовен докторант към департамент „Икономика и бизнес администрация“ в същия университет.

В НБУ тя преподава „Бизнес комуникации“ и „Връзки с обществеността“, „Управление на събития“, „Рекламни и търговски комуникации“ и др. Води курсове в Центъра за обучителни ресурси в СУ „Св. Климент Охридски“ и в Международното висше бизнес училище, Ботевград.

Стефания Темелкова има и сериозен практически опит. Тя е била PR мениджър в BG Business, редактор на месечния бизнес бюлетин BG Business Bulletin и PR мениджър на проекта „Денят на Филип Котлър в България“ през 2007 г. След това продължава да работи като PR специалист в „Балкан българска телевизия“ АД. От април 2010 пък съчетава преподавателската дейност с позицията на маркетинг мениджър в Уеб Медия Груп.

Времетраене: 4 астрономически часа

Лектор: Лора Шишманова, HR консултант в ACE HR services

Основни теми:

- Може ли стресът да ни бъде „приятел“? Същност. Видове
 - Динамично изследване на причините, повишаващи нивото на стрес
 - Активни и пасивни стратегии за справяне със стреса на работното място
 - Техники за релаксация и източни практики: един от пътищата за успешно редуциране на нивото на стрес – практическо приложение
 - Управление на времето = Управление на себе си – структуриране на информационния поток и извеждане на приоритети.
- Карта на мислите
- Седем навика на високоефективните хора
 - Разпределяне на задачите по спешност и важност
 - Одит на собственото време. Мотивиране за промяна
 - „Крадци на време“ – идентифициране, препоръки.

Информация за лектора:

Лора Шишманова е психолог, обучител и консултант по човешки ресурси. Участвала е в разработката и провеждането на обучителни програми за развитие на: Умения за продажби; Ефективна комуникация; Умения за работа с клиенти и справяне с трудни клиенти; Водене на преговори; Решаване на конфликти; Търговски умения; Умения за презентация. От 2003 г. досега работи като обучител в консултантска фирма ACE HR services.



Времетраене: 14 астрономически часа

Лектор: Д-р Стефан Серезлиев, лектор в Нов български университет



Основни теми:

- Бранд, бранд комуникационен мениджмънт и интегрирани маркетингови комуникации
- Бранд идентичност, дизайн мениджмънт и имидж: към нови територии и комуникационни механизми
- Модерните тенденции в разбирането на потребителите и решаването на проблеми свързани с тяхната ключова роля по отношение на модерния брандинг
- Етапи в създаването на комуникационната бранд платформа и позициониране
- Емоционалният брандинг: защо и как?
- Бранд мениджмънт, интегрирани маркетингови комуникации и стратегическо планиране. Творческо стратегическо планиране
- Управление на бранд комуникациите: бранд позициониране през различните агенционни и творчески задания (брифове); различните етапи и процеси на реализация в комуникационните структури в контекста на медиите и потребителите
- Комуникационна бранд платформа и позициониране (Case studies)
- Създаване на комуникационна бранд платформа под ръководството на преподавателя
- Създаване на успешно комуникационно задание, свързано с бранд комуникациите и мениджмънт на примерни комуникационни проекти и продукти за медиите
- Оценяване и оптимизиране на различни комуникационните активности на бранда: индивидуално и под ръководството на лектора.

Информация за лектора:

Стефан Серезлиев работи професионално в сферата на интегрираните комуникации, рекламата, визуалните комуникации и дизайна повече от 20 години. Университетски преподавател и изследовател по реклама, визуални комуникации и брандинг. Участва в редица национални и международни конференции и проекти в сферата на интеркултурните комуникации, рекламата, брандинга, дизайна и визуалната семиотика. Член на Съюза на българските художници, един от основателите на Българската академична асоциация по комуникации, член на журита в областите на комуникациите, PR и рекламата.

Времетраене: 12 астрономически часа

Лектор: Бисер Вълов, основател и управляващ директор на BEYOND ID Studio



Основни теми:

1. Facebook страница
2. Алгоритъм на Facebook
3. Търсачка на фейсбук – Graph Search
4. Показатели и статистика – Facebook Insights
5. Facebook реклама
6. Facebook копирайтинг
7. Facebook промоции
8. Facebook кризи и похвати.

Информация за лектора:

Бисер Вълов е експерт по дигитален маркетинг. Сертифициран специалист е по интернет маркетинг от Inbound Marketing University, има защитена бакалавърска степен по „Връзки с обществеността“ и магистърска степен по „Публична комуникация“ в СУ.

Професионалният му опит включва 6 години като PR консултант и ръководител на дигиталното звено на една от водещите PR агенции в България. От малко повече от година е основател и управляващ директор на бутиковата дигитална агенция BEYOND ID Studio.

През годините е специализирал в областта на дигиталния маркетинг и интернет комуникацията. Работил е по дигиталните проекти на клиенти като Coca-Cola, Nestle, Jack Daniel's, Finlandia Vodka, HP, Kit Kat, Nescafe 3in1, ELLE, National Geographic, Eucerin, Escapelle, NIVEA и др.

Бисер е сред първите професионални блогъри на маркетингови теми в България, стартирайки своя блог през 2007.

Времетраене: 14 астрономически часа

Лектор: проф. д.ф.н. Христо Кафтанджиев, преподавател в СУ „Св. Климент Охридски“



Основни теми:

1. Основните маркетингови комуникации
 - 1.1. Рекламата – дефиниции, класификации, функции, преимущества и недостатъци
 - 1.2. Пиар маркетинговите комуникации – дефиниции, класификации, функции, преимущества и недостатъци
 - 1.3. Комуникациите на стимулиране на продажбите – дефиниции, класификации, функции, преимущества и недостатъци
 - 1.4. Комуникациите на директния маркетинг – дефиниции, класификации, функции, преимущества и недостатъци
 - 1.5. Мърчъндайзинговите комуникации – дефиниции, класификации, функции
 - 1.6. Дизайнът на продуктите като маркетингова комуникация – дефиниции, класификации, функции
 - 1.7. Корпоративна архитектура – дефиниции, класификации, функции
2. Маркетинговите комуникативни константи като интегриращ инструмент
 - 2.1. Маркетинговите комуникативни константи на формално ниво – търговски марки, корпоративни цветове, различни знакови системи, дизайн на продуктите и тяхната роля в интеграцията на маркетинговите комуникации
 - 2.2. Маркетинговите комуникативни константи на съдържателно ниво – рекламните апели и тяхната роля в интеграцията на маркетинговите комуникации
3. Интеграциите на маркетинговите комуникации
 - 3.1. Рекламните кампании като начин на интеграция
 - 3.2. Основните начини за интеграция на маркетинговите комуникации
 - 3.3. Дигиталните интегрирани маркетингови комуникации.

Информация за лектора:

Христо Кафтанджиев е доктор на филологическите науки, професор в Катедра „Връзки с обществеността“ във Факултета по журналистика в СУ „Кл. Охридски“, в Томския държавен университет, Русия, и в киевския университет „Борис Гринченко“. Преподава обща теория на рекламата; интернет маркетингови комуникации; дизайн, креативни аспекти на рекламата; реклама и визуална комуникация; интеркултурна комуникация и реклама; семиотика и реклама; рекламни кампании; търговски марки; мърчъндайзингови маркетингови комуникации; интегрирани маркетингови комуникации и други.

Продължителност: 8 астрономически часа

Лектор: проф. д.ф.н. Христо Кафтанджиев, преподавател в СУ „Св. Климент Охридски“



Основни теми:

- Дигитални маркетингови комуникации
- Дигитални реклами
- Интегриране на офлайн и онлайн маркетингови комуникации
- Комуникативни подходи, базирани на виртуална поезия
- Комуникативни подходи, базирани на героите от маркетинговите комуникации
- Комуникативни подходи, базирани на интерактивността
- Комуникативни подходи, базирани на реална/виртуална опозиция
- Комуникативни подходи, базирани на реториката
- Комуникативни подходи, базирани на рекламния апел в дигиталните комуникации
- Дигитални маркетингови комуникации на коли; финансови услуги; фармацевтична промишленост; туризъм; въздушни компании; храна; напитки; дрехи; магазини; медии и т.н.

Информация за лектора :

Христо Кафтанджиев е доктор на филологическите науки, професор в Катедра „Връзки с обществеността“ на Факултета по журналистика в СУ „Кл. Охридски“, в Томския държавен университет, Русия, и в киевския университет „Борис Гринченко“. Преподава обща теория на рекламата; интернет маркетингови комуникации; дизайн, креативни аспекти на рекламата; реклама и визуална комуникация; интеркултурна комуникация и реклама; семиотика и реклама; рекламни кампании; търговски марки; мърчъндайзингови маркетингови комуникации; интегрирани маркетингови комуникации и други.

Продължителност: 6 астрономически часа

Лектор: проф. д.ф.н. Христо Кафтанджиев, преподавател в СУ „Св. Климент Охридски“

Основни теми:

- Реклама и рекламни кампании на магазини
- Sale Promotion комуникации
- Специални събития в магазини
- Позициониране на продукти в магазини
- Дизайн на опаковането като част от мърчандайзинга
- Архитектура на магазините като маркетингова комуникация
- POS материали
- Маркетингови комуникативни константи на магазините
- Интегрирани маркетингови комуникации на магазините

Информация за лектора:

Христо Кафтанджиев е доктор на филологическите науки, професор в Катедра „Връзки с обществеността“ на Факултета по журналистика в СУ „Кл. Охридски“, в Томския държавен университет, Русия, и в киевския университет „Борис Гринченко“. Преподава обща теория на рекламата; интернет маркетингови комуникации; дизайн, креативни аспекти на рекламата; реклама и визуална комуникация; интеркултурна комуникация и реклама; семиотика и реклама; рекламни кампании; търговски марки; мърчандайзингови маркетингови комуникации; интегрирани маркетингови комуникации и други.



Продължителност: 14 астрономически часа

Лектор: Радослав Благоев, предприемач

Основни теми:

- Как да увеличите продажбите на продукти и услуги, насочени към крайния потребител;
- Как да разширите Вашия пазарен дял за сметка на Вашите конкуренти;
- Изграждане на стабилна и надеждна професионална система за продажби;
- Разработване на система за събиране и анализ на бизнес коефициенти;
- Как да стартирате изцяло нов бизнес с подходяща система за продажби и маркетинг календар за активностите Ви през цялата година;
- Как да разберете кое работи и кое не във Вашите маркетинг и търговски стратегии;
- Каква е мотивацията за покупка и как да я използваме в своя полза?
- Задължителният преход от продажба на продукти и услуги в продажба на преживявания, емоции и очаквания и решения на проблеми;
- Различните типове хора като цветове и как да подходите към всеки един от тях;
- Печалба и увеличаване на продажбите чрез стратегически партньорства.

Информация за лектора:

Радослав Благоев е сред топспециалистите по продажби в България.

С повече от 13 години опит, включително на топмениджърски позиции, той развива и реализира успешни стратегии за продажби като част от екипа на водещи български компании и като собственик на различни бизнеси.

Съвременен предприемач с широко виждане за бизнес перспективите.

Освен че има изключително богат опит в сферата на продажбите и маркетинга, той е сред хората, които умело успяват да предадат от знанията и уменията си както по време на семинар, така и в интерактивен тренинг. Автор е на книгата „Levels Up – да превърнем идеите в бизнес, а мечтите в реалност“.





Продължителност: 12 астрономически часа

Лектор: Д-р Александър Христов, акаунт директор на PR агенция Civitas Global Bulgaria

Основни теми:

- Комуникационен професионализъм. Новият потребител – този, с когото говорим. Форма и съдържание на комуникацията
- Език и стилистика на PR текстовете
- Ефективното писане за PR – внимание и интерес, разбираемост. Факти и оценки
- Комуникационно послание. Интеграция на посланията
- Упражнения по стил. Създаване на илюзия за обективност. Евфемизми. Суперлативи
- Аргументация, опори на аргументацията. Истинност и лъжа – „Кралят на Франция е плешив“. Потвърждаване и отричане
- Подготовка на PR текстове: пресрилийз, изявление, презентация, статия или платена публикация (advertorial) и други
- Кореспонденция
- Процесът на писане. Адаптация на текстовете за различни публики и медии
- PR комуникация онлайн. Създаване на съдържание в корпоративен сайт, в блогове и социални медии
- Принципи на ефективната комуникация с медиите. Езиковите грешки.

Информация за лектора:

Д-р Александър Христов е акаунт директор на PR агенция Civitas Global Bulgaria. Преди това е работил като директор „Маркетинг и реклама“ и като директор „Връзки с обществеността“ в Корпоративна търговска банка, маркетинг и PR специалист в Българската агенция за експортно застраховане, главен експерт „Двустранни отношения“ в Министерството на икономиката и репортер във в. „Банкеръ“.

Председател на Българското дружество за връзки с обществеността (БДВО) за 2012 г.

Преподавател е в УНСС и в Нов български университет. Не спира да публикува нови и нови статии за PR, реклама маркетинг.

Автор е на излязлата през 2012 г. книга „PR практика: Работа с агенция“ на издателство ROI Communication.

Продължителност: 14 астрономически часа

Лектор: Камелия Величкова, директор „Комуникации“ на Банка ДСК



Основни теми:

Корпорацията

- 3 Cs – Company; Competitors; Customers
- Организацията и нейният контекст – PEST анализ
- Корпоративна идентичност
- Корпоративен бранд / продуктов левъридж
- Корпоративен имидж
- Позициониране

Корпоративна култура

- Корпоративна култура – класификации
- Управление на риска
- Проявления на организационната култура

Интеркултурни аспекти на корпоративните комуникации

- Архетип
- Стереотип
- Субкултури

Субекти, съдържание и реципиенти на корпоративната комуникация

- Корпоративна репутация и нейното управление
- Мястото на ПР в корпорациите
- Посланията
- Ролята на CEO като актив на корпорацията
- Целеви групи

Корпоративен медия микс

- Външни комуникации
- Вътрешни комуникации
- Кризисни комуникации
- Корпоративна социална отговорност

Информация за лектора:

Камелия Величкова е доктор на философските науки, магистър по международни икономически отношения, по културология и по арабистика. Специализирала е в университета в Тюбинген, Германия. Тя е директор „Комуникации“ на Банка ДСК вече 9 години. Работила е в маркетинговите отдели на няколко банки в България. Има опит в стратегическото планиране за големи клиенти в сферата на бързооборотните стоки. Била е лектор в СУ „Св. Климент Охридски“.

Г-жа Величкова е била член на журито на Балтийските ПР награди през 2012 г.

Продължителност: 14 астрономически часа

Лектор: Симона Чаръкчиева, CSR съветник във Виваком



Основни теми:

- Какво е CSR?
- Малко история: кога, къде и защо се появява CSR?
- CSR стандарти и политики по света и у нас
- Филантропия или ПР: Защо компаниите имат CSR политика?
- Как се изгражда CSR стратегия?
- Има ли добър и лош CSR?
- Кой печели?
- Примери от България и чужбина
- Ролята на държавните институции и НПО в изграждането на устойчива CSR стратегия
- CSV (Creating Shared Value): наследник на CSR?

Информация за лектора:

Симона Чаръкчиева получава своето образование в родния си град Париж. Профилът, който завършва, е философия и чужди езици, а след това придобива магистърска степен по международна търговия. Кариерата ѝ преминава в работа за гиганти в рекламата, маркетинга и комуникациите. Първоначално е търговски представител в рекламния гигант HAVAS Group, а после работи като Import Manager за Sara Lee Group в Москва. След като се връща обратно във Франция, сменя няколко мениджърски позиции в международната телекомуникационна компания Orange. Има натрупан ценен опит като продуктов мениджър, мениджър реклама, мениджър управление на проекти и мениджър корпоративни комуникации. В България Симона Чаръкчиева е изключително успешен съветник „Корпоративна социална отговорност и корпоративни връзки“ в телекома VIVACOM от 2008 г. Професионализмът ѝ е безспорен и се потвърждава от всички награди, които телекомът получава за проектите за вътрешни комуникации и социално отговорни кампании вече четири години.

Продължителност: 14 астрономически часа

Лектор: Десислава Пантелеева, CEO на консултантска компания Key Experts Group



Основни теми:

1. Въведение в PR – дефиниции, функции, принципи и роля в маркетинговия микс и управлението на репутацията като актив. Аспекти на PR и връзка с останалите комуникационни области. Връзки с медиите, вътрешни комуникации, Public Affairs, CSR
2. Комуникация и общественото мнение. Вътрешни и външни публики и комуникации. Идентичност – имидж – репутация. Закони на корпоративната репутация
3. PR стратегии и тактики. Комуникационен мениджмънт в 4 стъпки – определяне на проблемите, планиране и програмиране, действие и комуникация, оценка на PR програмата
4. PR в действие – инструментите на професионалния комуникатор. Вътрешни и външни медии и особености при работата с тях. Специалните събития като PR инструмент
5. Изграждане на ефективни взаимоотношения с медиите. Основни форми на общуване с медиите – интервю, съобщение за медиите, пресконференция. Правила за ефективна работа с медиите
6. Как се създават истории и как се правят новини? Лийд и методът на „обърнатата пирамида“. Защо посланието е важно и как да построим message house? Създаване на съобщение за медиите. Бариери и стереотипи.

Информация за лектора:

Десислава Пантелеева е основател и управител на консултантска компания Key Experts Group, специализирана в областта на маркетинговите комуникации и PR, която от създаването си през 2006 г. до момента разработва и изпълнява комуникационни стратегии за корпоративни и институционални клиенти и свои собствени иновационни проекти. Десислава Пантелеева е управляващ директор на M3 Communications Group, Inc. в продължение на 5 години, участва активно в създаването и лицензирането на M3 Communications College като център за професионално обучение по PR, маркетинг и бизнес комуникации и е първият изпълнителен директор на колежа.

Има магистърска степен по журналистика и връзки с обществеността от СУ „Св. Климент Охридски“, като в момента завършва 2-годишна магистърска програма по бизнес администрация за мениджъри и предприемачи към COTRUGLI Business School.



YEARS

NETWORKING – ИЗКУСТВОТО ДА СЪЗДАВАМЕ ТРАЙНО ПОЗИТИВЕН БИЗНЕС СПОМЕН ЗА СЕБЕ СИ

Продължителност: час и половина

Лектор: Иван Диков, бизнес обучител



Основни теми:

- На кои Networking събития си заслужава да отидем?
- Доброто първо впечатление – от първата секунда, първата дума и първия допир
- Ръкостискането:
 - как да направим добро впечатление
 - как да разчетем правилно невербалните сигнали на събеседника
- Визитките – подаване, приемане, съхранение
- Да представим себе си и организацията, която представляваме
- Въпроси, които винаги са подходящи и все пак не са клише
- Как да създадем трайно позитивен бизнес спомен
- Какво правим след събитието, на което сме се запознали?

Информация за лектора:

Иван Диков е иновативен обучител и LinkedIn консултант. Той има над 4-годишен опит в сферата на бизнес тренингите, а хората, пред които е споделял знанията си, вече са над 3000. Твърди, че обученията са се превърнали в нещо много повече от негова професия – те са негова страст. Мечтата му е да модернизира българската образователна система. Освен като обучител на свободна практика той е трупал опит и във водещата за Румъния, но международна компания за подбор и развитие на персонал InnerLook. Освен многото проведени успешни обучения пред студенти и представители на неправителствения сектор Иван Диков е обучавал и представители на бизнеса, сред които служители на OMV, Vaumit, както и предприемачи в организирани от LAUNCHub и Cisco Entrepreneur Institute обучения.

LINKEDIN – КАК ДА СИ НАМЕРИМ (ПО-ДОБРА) РАБОТА ИЛИ (ПОВЕЧЕ) КЛИЕНТИ



Продължителност: час и половина

Лектор: Иван Диков, бизнес обучител

Основни теми:

- Как да направим профила си в LinkedIn наша неустоима виртуална визитна картичка? 9-стъпкова методология към успеха
- Пасивна срещу активна употреба на нашия профил, или къде е тънката разлика между виртуално CV и икономичен, но мощен маркетингов инструмент
- Да се позиционираме като добър специалист/експерт в своята област в LinkedIn – защо и как?
- Как да създаваме здравословни бизнес взаимоотношения във виртуална среда?
- Личен брандинг срещу корпоративен брандинг. Или и двете?
- Разлика между безплатен и платен профил и защо първият може да е напълно достатъчен за нашите бизнес нужди
- Успешни стратегии за оптимизиране на употребата на най-голямата професионална социална мрежа в света с цел извличане на реални бизнес ползи в дългосрочен план.

Информация за лектора:

Иван Диков е иновативен обучител и LinkedIn консултант. Той има над 4-годишен опит в сферата на бизнес тренингите, а хората, пред които е споделял знанията си, вече са над 3000. Твърди, че обученията са се превърнали в нещо много повече от негова професия – те са негова страст. Мечтата му е да модернизира българската образователна система. Освен като обучител на свободна практика той е трупал опит и във водещата за Румъния, но международна компания за подбор и развитие на персонал InnerLook. Освен многото проведени успешни обучения пред студенти и представители на неправителствения сектор Иван Диков е обучавал и представители на бизнеса, сред които служители на OMV, Baumit, както и предприемачи в организирани от LAUNCHHub и Cisco Entrepreneur Institute обучения

Продължителност: 14 астрономически часа

Лектор: Добринка Бързачка, съосновател и консултант в MBA Holding



Основни теми:

- Какво се промени на международните пазари след началото на кризата?
- Интернационализация и международни пазари. Фактори
- Международно маркетингово планиране – стъпки
- Сегментиране и позициониране на международните пазари
- Дистрибуционни канали
- Навлизане на международен пазар. Избор на подходящи подходи, стратегии и партньори
- Цени и ценообразуване. Ценови политики. Рискове
- Маркетингови комуникации и PR на интернационално ниво. Реклама и рекламни агенции.
- Интеркултурна комуникация – специфики. Различията, за които трябва да сме подготвени
- Продажбите – стимулиране и канали за стимулация
- Международни изложения и форуми
- Големите световни спортни събития и ролята им в глобалната комуникационна и маркетингова политика на компаниите – Олимпийски игри, световни първенства.

Информация за лектора:

Добринка Бързачка е експерт със солидни познания в областта на маркетинга и продажбите. Завършва образованието си като магистър по връзки с обществеността в НБУ. Но нейната страст са продажбите и бързо натрупва богат международен опит в тази област. Работила е като PR консултант в САЩ, а в клона на United American Press в Лондон за по-малко от 3 години успява да се издигне от специалист продажби до мениджър продажби и бизнес развитие.

Продължителност: 14 астрономически часа

Лектор: Радина Ралчева, директор „Обслужване на клиенти“ в Civitas Global Bulgaria



Основни теми:

Конкретни комуникационни практики за изграждане на добра корпоративна репутация

- управление на очакванията
- word of mouth
- маркетинг, обвързан с кауза (CRM)
- социална отговорност (CSR)
- символният свят.

Комуникация със заинтересованите страни

- взаимодействие на заинтересованите страни и ефективно общуване с конкуренцията
- приоритизиране на комуникацията с определени публики
- правилно управление на информацията по време на кризисна ситуация
- тенденции в рекламата и PR
- промяна в поведението на бизнеса и неговите приоритети.

Фактори, влияещи върху репутацията

- мисия, визия и цели на организацията
- лицата в бизнеса – защо са важни
- изграждане на пирамидата корпоративна идентичност – корпоративен имидж – корпоративна репутация
- създаване на конкретен план за управление на корпоративната репутация.

Управление на корпоративната репутация в онлайн среда

- изграждане на корпоративни профили в социалните мрежи – кога и защо това е полезно;
- комуникация с ключови публики (стари и нови) онлайн – ефективно използване на един нов канал за комуникация и защо комуникацията онлайн не може да бъде същата като по другите канали;
- реакции при негативни коментари, агресивна комуникация, комуникация от недоволни публики, включително и при кризи..

Информация за лектора:

Радина Ралчева започва професионалното си развитие като консултант „Връзки с обществеността“ в Isona Communications, има 4-годишен опит като съветник „Връзки с обществеността“ на Globul, мениджър „Връзки с обществеността“ на веригата 2be, докато израства до изпълнителен директор в „Хохегер България“.

През 2009 г. година основава собствена компания – Go Green Communications, агенция, специализирана в областта на „зеления“ PR, която продължава да се развива успешно. В момента Радина ръководи офиса на CIVITAS България на позицията директор „Обслужване на клиенти“.

Член е на Международната PR асоциация (IPRA) от 2001 г. и на Управителния съвет на Българското дружество за връзки с обществеността (БДВО) от 2011 г.

Продължителност: 14 астрономически часа

Лектор: проф. д.ф.н. Иванка Мавродиева, лектор в СУ „Св. Климент Охридски“



Основни теми:

- Защо е важно да сме добри комуникатори?
- Силата на думите и как да я използваме
- Основни похвати за въздействащи послания
- Значение на невербалната комуникация и синхронизация с вербалната
 - Гласови похвати за въздействие
 - Зрителният контакт
 - Жестовете
 - Позите при различните видове убеждаваща комуникация
 - Външният вид
- Как да бъдем убедителни пред различни публики
- Говорене по време на специални събития
- Общуване с журналисти
- Поведение пред камера и микрофон
- Как да презентираме въздействащо
- Управление на времето и вниманието
- Отговори на въпроси и възражения
- Специфики на комуникацията по телефона
- Специфики на писмената комуникация
- Специфики на комуникацията в онлайн среда
- Бизнес етикет и протокол. Какви грешки не можем да си позволим да допуснем.

Информация за лектора:

Доц. д.ф.н. Иванка Мавродиева е завършила бакалавърска степен по българска филология и магистратура по връзки с обществеността в СУ „Св. Климент Охридски“. Защитила е дисертация за парламентарното красноречие в България. Работила е като парламентарен репортер и редактор. Автор е на над 60 статии, доклади и студии в области като връзки с обществеността, политическа реторика, бизнес комуникации.

Доц. д-р Иванка Мавродиева е преподавател в СУ „Св. Климент Охридски“ по публична реч, реторика, бизнес комуникация, PR и академично писане. През годините тя е обучавала не само студенти, а и депутати и бизнес лидери.

Продължителност: 12 астрономически часа

Лектор: Евелина Христова, лектор в Нов български университет

Основни теми:

- Подготовка за криза. Видове кризи
- Как да разпознаем кризата, когато се случи?
- Създаване на сценарий за работа при криза
- Избиране на говорител
- Истината, истината и само истината. Формулиране на послания
- Повторението е майка на знанието
- Кризата вътре е криза вън. И обратното
- 24/7 готовност, 24/7 реакция
- Медии и собствени медии по време на криза
- Социалните мрежи – място за възникване и инструмент за справяне.

Информация за лектора:

Евелина Христова е бакалавър по масови комуникации, магистър по маркетинг, реклама и ПР и доктор по политология. Член е на БДВО и EUPRERA. Била е ПР съветник на бившия министър на образованието Сергей Игнатов в правителството на Бойко Борисов. В момента е преподавател в департамент „Масови комуникации“ в Нов български университет. Автор е на книгата „Комуникациите и организацията в 21. век“, която е ценно помагало както за изследователи, така и за практики – ПР специалисти, мениджъри на различни нива и за всички, които имат амбицията да повишат своята компетентност в разбирането и управляването на комуникационните процеси.



Продължителност: 12 астрономически часа

Лектор: Христо Радичев, управител на „Медияпост Хит Мейл“



Основни теми:

- Директен маркетинг – как може да ви бъде полезен и да ви осигури по-добри резултати?
- Инструменти и канали на директния маркетинг. Персонализиране и измеримост
- Законови рамки на директния маркетинг в България
- Съпътстващи дейности при кампании с директен маркетинг
- Дигитален маркетинг
- Целеви страници (landing pages)
- Мобилен маркетинг
- Conversion rate optimization
- PPC реклама и CPM реклама. Банери и текстови карета.

Информация за лектора:

Христо Радичев има дипломи по социология и по международни отношения от СУ „Климент Охридски“. Започва професионалната си кариера в GfK България като младши изследовател. Там става ръководител на проектите GfK Leaflet Monitor и GfK Shopping Monitor, които разглеждат промоционалните активности и потребителските навици на пазара за бързооборотни стоки. В момента е управител за България на специализираната агенция за директен маркетинг „Медияпост Хит Мейл“.

Join us to be a true professional!

If you need to develop the PR, marketing or business skills of your team,
please don't hesitate to contact us.

M3 Communications College

part of M3 Communications Group, Inc
www.m3college.com

26, April 20 Str.
1606 Sofia, Bulgaria

Phone: +359 2 951 67 75
Mobile: +359 884 660 244

Jasmina Gevezieva
Educational and Marketing Manager
jgevezieva@m3college.com



[Facebook.com](https://www.facebook.com)



[Linkedin.com](https://www.linkedin.com)



[Twitter.com](https://www.twitter.com)



[Foursquare.com](https://www.foursquare.com)

CONFIDENTIAL!