

**Предложение для  
HR службы «Ист Лайн», май 2010**

## **Тренинг-семинар МЕТОДЫ РАЗРАБОТКИ И ПРОВЕДЕНИЯ КОРПОРАТИВНЫХ ПРОГРАММ**

**Цели:** требуется обучение сотрудников по корпоративным программам методам организации, разработки и проведения корпоративных программ «под ключ».

**Методы и формы занятий.** Основные методы: практический семинары, демонстрации, креативные сессии, деловая игра.

**Условия проведения:** продолжительность мероприятия – пять дней по 10 астрономических часов в группе 20-25 человек.

### **Модуль 1. БАЗОВЫЕ ПОНЯТИЯ В ОБЛАСТИ КОРПОРАТИВНЫХ ПРОГРАММ. ЭФФЕКТЫ КОРПОРАТИВНЫХ ПРОГРАММ 10 часов**

**Цель тренинга** – усовершенствовать умение разрабатывать и организовывать традиционные программы для аудитории.

**Содержание:**

<b>БЛОК ПРОГРАММЫ</b>	<b>СОДЕРЖАНИЕ БЛОКА</b>
1. Основные параметры корпоративного мероприятия и варианты реализации.	Создание единой понятийной базы в области организации и проведения корпоративных мероприятий. Параметры корпоративного мероприятия и варианты их реализации: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Целевая аудитория, специфика набора, контингент.</li> <li>2. Основные цели и задачи мероприятия. Дополнительные цели, задачи, бизнес-задачи.</li> <li>3. Внутреннее наполнение программ. Универсальные и уникальные «наполнители».</li> <li>4. Средства и инструменты работы.</li> <li>5. Специфика и виды корпоративных программ.</li> </ol>
2. Целостная концепция мероприятия и внутреннее наполнение. Миф, сценарий или легенда мероприятия.	Демонстрация ярких примеров, их обсуждение. В этом блоке участники: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Познакомятся с понятием «целостная концепции мероприятия», сценарная линия мероприятия, игровой сюжет мероприятия.</li> <li>• Разрабатывают варианты сюжетов для корпоративных программ.</li> </ul>

<p>3. Примеры традиционных развлекательных номеров.</p>	<p>Демонстрация ярких примеров, их обсуждение. В этом блоке участники:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• узнают типовую структуру номера программы;</li> <li>• познакомятся с яркими примерами номеров;</li> <li>• разработают номера в рамках мифа.</li> </ul>
<p>4. Организация «альтернативных площадок» занятости.</p>	<p>Демонстрация ярких примеров, их обсуждение. Альтернативные площадки как самостоятельный процесс; дополнение к основному процессу; как один из этапов в конкретной программе. Типы «альтернативных площадок»:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• интеллектуальные, творческие, с элементами физической активности;</li> <li>• гибкие по возможности включения, в процесс участников/ жестко структурированные (предполагают участие от начала и до конца)</li> </ul> <p>В этом блоке участники:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• на собственном опыте прочувствуют эффекты альтернативных площадок;</li> <li>• освоят принципы планирования и организации альтернативных площадок;</li> <li>• разработают варианты альтернативных площадок в рамках концепции мероприятия.</li> </ul>

## **Модуль 2. ИНТЕРАКТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОВЕДЕНИЯ КОРПОРАТИВНЫХ ПРОГРАММ 10 часов**

**Цель тренинга** – усовершенствовать умение разрабатывать и организовывать интерактивные программы, предполагающие активную включенность аудитории.

### **Содержание:**

<b>БЛОК ПРОГРАММЫ</b>	<b>СОДЕРЖАНИЕ БЛОКА</b>
<p>1. Активные формы корпоративных программ</p>	<p>Инсентив-компонента мероприятия. Особенности привлечения участников на подготовку, организацию и проведение мероприятий: возможности, эффекты, ограничения. Формирование корпоративной истории посредством реализации корпоративных программ.</p>
<p>2. Анализ примеров активных и интенсивных компонентов программ. Формирование базы «идей».</p>	<p>Демонстрация ярких примеров, их обсуждение. Создание «базы» идей. В этом блоке участники:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ознакомятся с примерами различных интенсив-компонентов программ;</li> <li>• познакомятся с типовыми и уникальными компонентами</li> <li>• продолжат формирование собственной «базы» идей и приемов.</li> </ul>

<p>3. Технология "Праздник своими руками".</p>	<p>Как сделать из корпоративного мероприятия яркое Событие. Понятия «ключевое» и «исключительное» корпоративное событие. Критерии событийности. В данном блоке участники:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Освоят базовые принципы технологии. Получат ответ на вопрос: «Как сделать из сотрудников звезд, а из коллектива - созвездие».</li> <li>• Ознакомятся с преимуществами и ограничениями подхода.</li> <li>• Примут участие в креативной сессии, посвященной генерации новых идей в сфере активных форм корпоративных мероприятий.</li> </ul>
--	---

## **Модуль 3. НЕСТАНДАРТНЫЙ ПОДХОД К КОРПОРАТИВНЫМ ПРОГРАММАМ**

### **10 часов**

**Цель** – обучить слушателей реализации дополнительных кадровых целей в рамках корпоративных мероприятий (мотивация, командообразование, усиление корпоративности и лояльности или другое).

**В программе:**

БЛОК ПРОГРАММЫ	СОДЕРЖАНИЕ БЛОКА
<p>1. Возможности корпоративных мероприятий.</p>	<p>Основные и дополнительные возможности корпоративных программ:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• решение бизнес-задач</li> <li>• развитие корпоративной культуры, актуализация корпоративных ценностей и приверженности организации, повышение лояльности, мотивация персонала</li> <li>• обучение и развитие персонала</li> <li>• командообразование, сплочение коллектива</li> <li>• разрешение конфликтных ситуаций и снятие напряженности в коллективе и др.</li> </ul>
<p>2. Программа как новый формат.</p>	<p>Сгущение времени и событий. Принципы интенсификации опыта. Создание мероприятий, выбивающихся из регулярной жизни. Максимизация эффекта мероприятия. Возможности необычных мест.</p>
<p>2. Программы с мотивирующим эффектом.</p>	<p>Демонстрация ярких примеров, их обсуждение. В этом блоке участники:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• поучаствуют в нестандартном номере;</li> <li>• обсудят возможности номеров такого типа;</li> <li>• разработают другие варианты номеров в рамках заданной кадровой цели.</li> </ul>

<p>2. Программы с мобилизующим эффектом.</p>	<p>Демонстрация ярких примеров, их обсуждение. В этом блоке участники:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• поучаствуют в нестандартном номере;</li> <li>• обсудят возможности номеров такого типа;</li> <li>• примут участие в креативной сессии, посвященной генерации новых идей в сфере корпоративных программ с мобилизующим эффектом. ("Анти-усталый сотрудник"? ).</li> </ul>
--	--

## **Модуль 4. ВНЕШНИЙ И ВНУТРЕННИЙ PR КОРПОРАТИВНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ: ФОТО И ВИДЕОСЪЕМКА**

### **10 часов**

**Цель** – обучить слушателей умножать и акцентировать эффект корпоративных мероприятий и создавать корпоративную историю.

**В программе:**

БЛОК ПРОГРАММЫ	СОДЕРЖАНИЕ БЛОКА
<p>1. Примеры программ, организованных вокруг съемки (фотокомиксы, съемка кино).</p>	<p>Демонстрация ярких примеров, их обсуждение. В этом блоке участники:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• поучаствуют в нестандартном номере;</li> <li>• обсудят возможности номеров такого типа;</li> <li>• разработают другие варианты номеров с использованием съемки.</li> </ul>
<p>2. Репортажная съемка мероприятий.</p>	<p>Особенности, постановка съемочных задач, оптимизация процесса, возможности преумножения эффекта мероприятий с помощью съемки.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• постановка задач на корпоративную съемку;</li> <li>• ключевые аспекты освещения мероприятий различного типа;</li> <li>• взаимодействие внутри съемочной группы;</li> <li>• от репортажа к созданию автономной истории.</li> </ul>
<p>3. Фиксация корпоративной истории.</p>	<p>Демонстрация ярких примеров, их обсуждение. В этом блоке участники освоят управление эффективностью съемочными технологиями:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• фотоальбомы по мероприятию;</li> <li>• ролики и фильмы;</li> <li>• съемочные технологии и интерактив;</li> <li>• корпоративный имидж;</li> <li>• съемка историй про ключевых лиц.</li> </ul>

## **Модуль 5. ЛОГИСТИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ КОРПОРАТИВНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ**

### **10 часов**

**Цель** – обучить слушателей организовывать форматные и нестандартные корпоративные мероприятия и обеспечивать оптимальное логистическое решение.

**В программе:**

БЛОК ПРОГРАММЫ	СОДЕРЖАНИЕ БЛОКА
<p>Типы мероприятий: особенности организации и реализации.</p>	<p>Специфика организации и реализации мероприятия в зависимости от типа и особенностей, внутреннего наполнения. Технология MICE (meeting - встречи, деловые поездки; incentive - мотивационные поездки сотрудников; conference - конференции (семинары, тренинги, выставки; event - событийные мероприятия). Варианты реализации схожих по содержанию программ в условиях различного ресурсного обеспечения.</p>
<p>Алгоритм реализации event-проектов.</p>	<p>Основные этапы подготовки и проведения корпоративных мероприятий. Основные фазы проекта:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Фаза №1 Инициирование</li> <li>• Фаза №2 Старт</li> <li>• Фаза №3 Подготовка</li> <li>• Фаза №4 Пуск</li> <li>• Фаза №5 Действие</li> <li>• Фаза №6 Последействие</li> <li>• Фаза №7 Подведение итогов</li> </ul>
<p>Подготовка и реализация проектов.</p>	<p>Тема 1. Создание проектной группы. График встреч. Порядок взаимодействия. Распределение обязанностей:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• координация проекта (основной ответственный)</li> <li>• подбор места проведения мероприятия в соответствии с требованиями</li> <li>• трансфер участников</li> <li>• техническая координация (наполнение и оборудование, материалы) и др.</li> </ul> <p>Данный блок поможет участникам создавать проектные группы, взаимодействовать с участниками проектной группы и получить навык разработки графика встреч.</p> <p>Тема 2. Составление технического задания под концепцию мероприятия.</p> <p>Тема 3. Смета (предварительная, фактическая). Что раньше бюджет или концепция. Вечное противостояние: агентства-заказчик. Переход в зону партнерства. Честная игра.</p>

Бюджет – количественный параметр, определяющий финансовые рамки, в которых работаем. Бюджет спускается сверху или рассчитывается и представляется на утверждение. Смета составляется на основании расходов (стоимости) запрашиваемых услуг. Расходы фиксированные и переменные. Пример – расчет мероприятия по расходам

В данном блоке участники познакомятся с нюансами составлению сметы на проведение мероприятия, потенциальными статьями для сокращения в бюджете, контроль расходов во время проведения мероприятия и составление фактических расходов по завершению мероприятия.

Тема 4. Использование и формирование баз данных. Разработка корпоративного классификатора по подрядчикам (поставщику услуг): площадки, кейтеринг, транспорт (трансферы, ж/д и авиабилеты), техническое обеспечение (свет, звук, проекционное оборудование), оформление площадок (флористика, шары, фейерверк, ткани), полиграфия и сувенирная продукция, сценаристы, артисты, ведущие.

В данном блоке участники:

- анализируют основных подрядчиков, включенных в процесс подготовки и реализации корпоративных программ различного типа;
- формируют базу данных по поставщикам.

Тема 5. Подбор площадок. Категории. Анализ особенностей логистики мероприятия при подготовке Технического задания. Полезные ресурсы:

- интернет ресурсы (ресторан.ру, меню.ру, пансионат.ру, афиша.ру)
- агентства (туристические, эвент, коллеги из других компаний)
- организация питания, в т.ч. составление меню (ужин, банкет, барбекю, коктейль, фуршет)

В этом блоке участники получают информацию об агентствах, особенностях использования интернет ресурсов.

Тема 6. Тайминг мероприятия. Технический сценарий.

Расчет и фиксация времени с момента встречи участников до доставки в конечный пункт.

- встреча и доставка до места проведения
- время на проведение программы (игровой проект, банкет)
- время на сбор и доставку – офис/отель, вокзал, аэропорт.

Согласование со службой протокола и службой безопасности компании и объекта (площадкой проведения).

Данный блок дает участникам навык составления временной программы всего мероприятия.

Работа с артистами. Общение со звездой.	Поиск артистов (источники информации). Законодательная база (Закон и реальность). Особенности Российского шоу-бизнеса. Контракты. Райдер артиста. Что с этим делать? Составление программы с учетом «особенностей» звезд. Данный блок позволяет сформировать у участников общее видение о том, каким образом искать артистов, на что обращать внимание при заключении контракта, что такое райдер и как составить интересную программу выступления артистов.
Обратная связь – внутри компании.	Завершающее заседание оргкомитета – рефлексия опыта: «+» и «-» мероприятия, проблемные и сложные моменты, анализ непредвиденных факторов.
Ролевая игра на разработку корпоративного мероприятия.	Разработка принципов организации корпоративных мероприятий на примере реального кейса.

## **«Сквозной» Модуль. ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ КРЕАТИВНОСТЬЮ**

Разработка участниками тренинг-семинара идей, сценарных линий и наполнения мероприятий осуществляется с использованием технологий управления креативностью. В процессе обучения участники получают практический опыт использования основных методов управления креативностью, познакомятся с быстрыми и ресурсными способами генерации новых идей. В программу включены следующие блоки:

<b>БЛОК ПРОГРАММЫ</b>	<b>СОДЕРЖАНИЕ БЛОКА</b>
1. Принципы решения креативных задач:	В этом блоке участники познакомятся с основными принципами и подходами к решению креативных задач. 1.Внимание к условиям задачи. 2. Отказ от допущений и стереотипов. 3.Пространственные решения. 4.Синтез и смена модальностей.
2. Методы управления креативностью - Мозговые карты.	Принцип построения мозговых карт, Выполнение мозговых карт в группах (4 – 6 человек), Разработка праздничного поздравления с использованием мозговых карт, Презентация полученных решений, Преимущества метода «Мозговые карты», Области применения, Обсуждение метода.
3. Методы управления креативностью - Синектический штурм.	Принципиальные особенности метода «Синектический штурм», Генерирование идей в области корпоративных программ и создание сценария с использованием данного метода в группах (4 – 6 человек), Презентация полученных решений, Преимущества метода «Синектический штурм», Области применения, Обсуждение метода.

<p>4. Методы управления креативностью - Мозговой штурм.</p>	<p>Происхождение и принципиальные особенности метода «Мозговой штурм». Генерирование идей в области корпоративных программ и создание сценария с использованием данного метода в группах (4 – 6 человек), Презентация полученных решений, Преимущества метода «Мозговой штурм», Области применения, Обсуждение метода.</p>
<p>5. Методы управления креативностью - Морфологический анализ</p>	<p>Принципиальные особенности метода «Морфологический анализ», Разработка креативного продукта с использованием данного метода в группах (4 – 6 человек), Презентация полученных решений, Преимущества метода «Морфологический анализ», Области применения, Обсуждение метода.</p>

Участники тренинг-семинара после программы будет передан пакет проектных таблиц, базовых документов для проведения мероприятия и «база идей» корпоративных программ.

**Технические и организационные условия:** оптимально проведение целостного обучающего пятидневного цикла.