

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMICKÁ V PRAHE

Fakulta informatiky a štatistiky

Centrum profesijného vzdelávania

BAKALÁRSKA PRÁCA

2017

Lenka Vojnová

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMICKÁ V PRAHE

Fakulta informatiky a štatistiky

Centrum profesijného vzdelávania

Študijný program: Aplikovaná informatika

Obor: Multimédia v ekonomickej praxi

**Využitie projektového managementu a PR
pri organizácii konferencie Respiratory
Forum 2016**

BAKALÁRSKA PRÁCA

Študent : Lenka Vojnová
Vedúci : Ing. Libor Krsek
Oponent : Mgr. Lucie Strnadová

2017

Prehlásenie

Prehlasujem, že som bakalársku prácu spracovala samostatne a že som uviedla všetky použité zdroje a literatúru, z ktorej som čerpala.

V Prahe dňa 03.05.2017

.....
Lenka Vojnová

Pod'akovanie

Chcela by som sa pod'akovať Ing. Petrovi Vojnovi za konzultácie a pripomienky, Ing. Erikovi Dianišovi, PhD. za pomoc pri výbere literatúry a Ing. Liborovi Krskovi za čas venovaný vedeniu mojej bakalárskej práce.

Abstrakt

Práca je zameraná na využitie postupov projektového managementu a public relations (PR) pri organizácii konferencie Respiratory Forum 2016. Táto problematika v sebe zahŕňa vymedzenie teórie jednotlivých prístupov k riadeniu projektov a následné zhodnotenie ich aplikácie pri príprave tohto odborného seminára.

Pri písaní teoretickej časti využívam metódu analýzy. V praktickej časti uplatňujem modely z teórie. V závere použitím syntézy zhrňujem výsledky ich aplikácie vzhľadom k stanovenému cieľu.

Cieľom práce je preskúmať procesy a metódy projektového managementu a PR a zhodnotiť ich aplikáciu na príklade tejto konferencie.

Prínos práce spočíva v posúdení synergického efektu využitých teoretických postupov projektového managementu a PR pri organizácii odbornej konferencie Respiratory Forum 2016.

Kľúčové slová

Projektový management, Public relations, PR, Respiratory Forum

Abstract

The main focus of this thesis is to comprehensively describe the usage of project management and Public Relations (PR) methods during the medical conference Respiratory Forum 2016 organization. This thesis provides information about theoretical background of particular methodologies and their application during the organisation of this conference.

Theoretical part of the thesis consists of analysis of the methodologies. Practical part involves application of these theoretical concepts. Using synthesis in conclusion part of my thesis I summarize final effects of this application.

The aim of this thesis is to analyze project management and PR methods and processes and evaluate their application during the organisation of this event.

The main asset of this thesis rests in evaluation of the synergistic effect of PR and project management methods during the organisation of the Respiratory Forum 2016 conferece.

Keywords

Project Management, Public Relations, PR, Respiratory Forum

Obsah

ÚVOD.....	1
1 VYBRANÉ TEORETICKÉ POSTUPY PROJEKTOVÉHO MANAGEMENTU A PR	4
1.1. VYBRANÉ TEORETICKÉ POSTUPY RIADENIA PROJEKTU	4
1.1.1. <i>Projekt</i>	5
1.1.2. <i>Životný cyklus projektu</i>	6
1.1.3. <i>PRINCE2</i>	8
1.1.4. <i>SCRUM</i>	10
1.1.5. <i>Potenciál integrácie PRINCE2 a SCRUM</i>	12
1.2. PR A ORGANIZOVANIE MARKETINGOVEJ AKCIE	13
1.2.1. <i>Nástroje PR</i>	14
2 ORGANIZÁCIA KONFERENCIE RESPIRATORY FORUM 2016	16
2.1. KONFERENCIA RESPIRATORY FORUM A PR.....	16
2.2. VYUŽITIE METÓD PROJEKTOVÉHO MANAGEMENTU PRI PRÍPRAVE.....	20
2.2.1. <i>Prípravy</i>	20
2.2.2. <i>Priebeh konferencie</i>	22
2.2.3. <i>Vyhodnotenie konferencie</i>	24
3 ZHODNOTENIE APLIKÁCIE ZVOLENÝCH POSTUPOV PROJEKTOVÉHO MANAGEMENTU A PR PRI ORGANIZÁCII KONFERENCIE RESPIR	25
3.1. POSTUPY PROJEKTOVÉHO MANAGEMENTU A METÓDY PR.....	25
3.1.1. <i>Fázy projektu</i>	25
3.1.2. <i>Štruktúra projektu</i>	26
3.1.3. <i>Vývoj projektu</i>	27
3.1.4. <i>PR produktu</i>	28
3.2. ZHODNOTENIE SYNERGICKÉHO EFEKTU PROJEKTOVÉHO MANAGEMENTU A PR	29
ZÁVER	30
ZDROJE	32
TERMINOLOGICKÝ SLOVNÍK.....	34
ZOZNAM OBRÁZKOV	35

Úvod

V priebehu štúdia oboru Multimédia v ekonomickej praxi som absolvovala niekoľko predmetov zameraných na prácu v tíme a na riadenie projektov. Môj záujem o projektový management narástol aj vďaka filmu Sorry, natočeného v rámci kurzu Audiovizuálnej komunikácie, kde som zastávala funkciu produkčnej.

Odlišnú, ale nemenej zásadnú skúsenosť s prípravou projektu som získala aj v rámci mojej stáže v agentúre Havas PR Prague. Aktívne som sa podieľala na príprave druhého ročníka konferencie Respiratory Forum, ktorý sa uskutočnil koncom novembra 2016. Základným cieľom tohto podujatia bolo zlepšenie image-u a vnímania značky, pre ktorú sa táto akcia pripravovala.

Práve možnosť byť súčasťou celého procesu organizácie konferencie ma motivovalo k preskúmaniu vzťahu, prepojenia zaužívaných procesov projektového managementu a komunikácie s verejnosťou, teda PR.

Public relations je komplexom riadeného komunikačného procesu, ktorý zahŕňa riadenie reputácie spoločnosti a jej image-u¹. Ako PR označujeme tie formy managementu komunikácie, ktoré organizácii pomáhajú prispôbiť sa svojmu okoliu, meniť ho, alebo ho udržať, a to vzhľadom k dosiahnutiu cieľov organizácie².

Spravovanie komunikácie má mnoho spoločných rysov s projektovým managementom, ktorý v sebe spája úzku spoluprácu s ľuďmi s ohľadom na dosiahnutie daného cieľa. Balansuje medzi požiadavkami učenými vopred a ďalšími neplánovanými udalosťami, ktoré sa v priebehu plnenia projektu vyskytli. PR, podobne ako projektový management funguje na základe určitých postupov, ktoré sa mnohokrát vzájomne prekrývajú. Z tohto dôvodu som sa rozhodla orientovať svoju prácu na management v komunikácii.

Respiratory Forum je konferencia zaoberajúca sa problematikou respiračných ochorení, ktorej sa zúčastňujú predovšetkým pneumológovia a alergológovia. Vznikla na základe podnetu a požiadaviek značky Teva, ktorá patrí medzi najväčšie farmaceutické spoločnosti v Českej republike.

¹ FTOREK, Jozef. *Public relations jako ovlivňování mínění: jak úspěšně ovlivňovat a nenechat se zmanipulovat*. 3., rozš. vyd. Praha: Grada, 2012. Komunikace (Grada). ISBN 978-80-247-3926-7

² SVOBODA, Václav. *Public relations moderně a účinně*. Praha: Grada, 2006. Expert (Grada). ISBN 80-247-0564-8

Formát eventu vznikol v spolupráci s agentúrou Havas PR Prague. Základnou myšlienkou malo byť posilnenie vnímania značky Teva na trhu, ako odborníka na respiračné ochorenia. Stvoril sa tak koncept exkluzívnych odborných seminárov.

V práci popisujem druhý ročník tejto konferencie, Respiratory Forum 2016. Ide teda o začínajúci brand, ktorý sa ešte postupne pretvára a vyvíja. V prvom ročníku boli v programe zahrnuté aj prednášky formou workshopov, ktoré sa ale o rok na to do rozvrhu konferencie opätovne nezahrnuli. Oproti prvému ročníku sa kapacity konferencie v roku 2016 výrazne navýšili, dokonca mala prvýkrát presah až za hranice Českej republiky. Avšak pokrytie médií nebolo na rozdiel od predchádzajúceho roku až také výrazné.

Konferencia sa bude konať aj tretíkrát. Od januára sa postupne spúšťajú prípravné produkčné práce. Na základe požiadaviek účastníkov sa prednášky formou workshopov znovu zavádzajú. Názory a komentáre odborníkov sú inšpiráciou aj pri zostavovaní programu a hlavných tém.

Organizáciu konferencie Respiratory Forum je možné považovať za komplexný projekt s presahom do marketingu, propagácie značky Teva. Pracuje aj s vytváraním nového brandu odborných seminárov, no predovšetkým sa zameriava na prirodzené budovanie vzťahu medzi spoločnosťou Teva a vybranou odbornou verejnosťou. Pozitívna reputácia medzi špecialistami znamená aj pevnú pozíciu na trhu farmaceutických firiem.

Za svoj cieľ som si stanovila preskúmať procesy a metódy projektového managementu a PR a zhodnotiť ich aplikáciu na príklade tejto konferencie.

Prínos práce spočíva v zhodnotení synergického efektu využitých teoretických postupov projektového managementu a PR pri organizácii marketingovej akcie Respiratory Forum 2016.

Prácu začínam teoretickým vymedzením postupov projektového managementu so zameraním na metodológiu riadenia PRINCE2 a agilnú metodiku SCRUM. Venujem sa aj popisu PR aktivít pri organizácii marketingovej akcie.

Druhá časť práce predstavuje konferenciu Respiratory Forum a procesy, ktoré boli využité pri organizácii jej druhého ročníka.

Tretia časť práce obsahuje vyhodnotenie využitia metód projektového managementu a PR pri organizácii tejto konferencie a popisuje ich synergický efekt.

V závere zhrňujem svoju prácu a poznatky, ku ktorým som dospela. Zároveň hodnotím, do akej miery sa mi podarilo splniť cieľ, ktorý som si stanovila.

Pri písaní teoretickej časti využívam metódu analýzy. V druhej časti práce uplatňujem modely z teórie a v závere použitím syntézy zhrňujem výsledky tejto aplikácie vzhľadom k stanovenému cieľu.

V práci sa opieram o poznatky z odbornej literatúry, o základnú teoretickú príručku pre projektového manažéra *PMBOK® guide, A guide to the project management body of knowledge*. Pri popise metód PRINCE2 a SCRUM vychádzam z diela Jana Doležala, Stefana Jägera a Hans-Peter Ritta. Teóriu PR čerpám z diela Václava Svobodu, Jozefa Ftoreka. Informácie o konferencii Respiratory Forum mám z interných zdrojov agentúry Havas PR Prague a z vlastnej skúsenosti. V práci využívam aj elektronické zdroje, z ktorých čerpám aktuálne fakty z oblasti metód projektového managementu a PR.

Citácie sú uvedené podľa normy ČSN ISO 690.

1 Vybrané teoretické postupy projektového managementu a PR

Public relations pomáha v riadení firmy, či organizácie. Modelom súčasnej komunikácie je forma dvojsmernej symetrie pôsobenia vzťahov medzi organizáciou a verejnosťou³.

Každá spoločnosť, či organizácia, potrebuje pre svoje fungovanie určité PR, bez ohľadu na rozsah svojho pôsobenia. V neustále rozrastajúcom a rozvíjajúcom sa konkurenčnom prostredí je nevyhnutné vymedziť svoj biznis oproti podobným produktom. Niektoré firmy využívajú služby PR agentúr, iné na to majú vytvorené špeciálne oddelenia v rámci podniku. Projektový management a PR sa v mnohých postupoch a procesoch zhodujú. Proces PR poväčšine pozostáva zo štyroch krokov:

- Analýzy situácie
- Plánovania stratégie
- Implementácie
- Vyhodnotenia

PR kampaň začína vždy komplexným komunikačným plánom, ktorý zahŕňa informácie o čase, nákladoch a rozsahu. Podobne ako projektový manažér potrebuje determinovať ciele projektu, potrebuje PR manažér jasne určiť komunikačné ciele.

Na druhej strane, sa projektový manažér taktiež spolieha na PR. Predovšetkým úspech popredných, a verejne dotovaných projektov závisí na dobrom PR. Pre zdarné realizovanie projektu je dôležité projekt podporiť a získať priazeň cieľovej skupiny⁴.

1.1. Vybrané teoretické postupy riadenia projektu

Projektový management je aplikácia vedomostí, zručností, nástrojov a techník v rámci projektových aktivít tak, aby sa naplnili, alebo prekonal požiadavky, potreby a očakávania stakeholders od projektu⁵. Rieši potreby a záujmy všetkých zúčastnených strán, predvída možné obmedzenia a navrhuje ich riešenie a určuje množstvo a typ prostriedkov pre splnenie cieľov. Pre úplnú definíciu je zásadné vysvetliť pojem zúčastnené strany, ktoré sú často označované aj ako stakeholders. V projektovom

³ SVOBODA, Václav. *Public relations moderně a účinně*. Praha: Grada, 2006. Expert (Grada). ISBN 80-247-0564-8, str.50

⁴ *Benefits of Project Management for Public Relations* [online]. 2015 [cit. 2017-04-30]. Dostupné z: <https://www.inloox.com/company/blog/articles/benefits-of-project-management-for-public-relations/>

managemente sa takto nazýva každý, kto je do projektu istým spôsobom zainteresovaný. Je kľúčové poznať strany, ktorých sa plánovaný proces dotýka, aby bolo možné v predstihu rozpoznať potenciálne problematické situácie, konflikty záujmov a podstúpiť odpovedajúce opatrenia, aby sa im predišlo, alebo aby sa aspoň minimalizoval ich dopad na celkový výsledok a dosiahnuť tak plynulé plnenie plánu⁶. Podstatou projektového managementu je udržať rovnováhu medzi plánom a realitou a vytvoriť čo najprehľadnejší a najefektívnejší spôsob dosiahnutia stanoveného cieľa. Zahŕňa v sebe aj koordináciu managementu rozsahu, času, nákladov a kvality:

- Management rozsahu (Scope Management) popisuje procesy potrebné pre zabezpečenie toho, že projekt zahŕňa iba všetky nevyhnutné práce k tomu, aby sa podarilo úspešne vytvoriť požadovaný výsledný produkt.
- Management času (Time Management) definuje procesy potrebné pre zaistenie úspešného ukončenia projektu na čas.
- Management nákladov (Cost Management) vymedzuje procesy, ktoré sú zásadné pre produkciu finálneho produktu v rámci stanoveného rozpočtu.
- Management kvality (Quality Management) v sebe zahŕňa procesy, vďaka ktorým sa vytvorí produkt zodpovedajúci potrebám, pre ktoré bol navrhnutý⁷.

1.1.1. Projekt

Každú činnosť, ktorá má svoj začiatok, stanovený cieľ a rozpočet je možné považovať za projekt. Organizácie vykonávajú prácu, ktorá obvykle zahŕňa buď operácie, procesy alebo projekty, pričom niekedy sa tieto dve zložky môžu navzájom prekrývať. Procesy a projekty majú spoločné viaceré charakteristiky, napríklad:

- Vykonávajú ich ľudia
- Obmedzujú ich dostupné zdroje
- Sú plánované, uskutočnené a ovládané⁸.

Avšak procesy a projekty sa líšia vo svojej primárnej podstate. Zatiaľ čo procesy prebiehajú nepretržite a opakovane, projekty sú dočasné a jedinečné. Projekt je teda

⁵ *A Guide to the project management body of knowledge*. Upper Darby, PA: Project Management Institute, c1996. ISBN 1-880410-12-5

⁶ *A guide to the project management body of knowledge (PMBOK guide)*. 4th ed. Newtown Square, Pa.: Project Management Institute, c2008. ISBN 978-1-933890-51-7 Str. 23

⁷ *A Guide to the project management body of knowledge*. Upper Darby, PA: Project Management Institute, c1996. ISBN 1-880410-12-5

⁸ Tamtiež

možné definovať ako dočasné úsilie pre vytvorenie unikátneho produktu alebo služby. Dočasné v tomto prípade znamená, že projekt má presne definovaný začiatok aj koniec. Pričom koniec projektu môže nastať v prípade, keď ciele nebudú, alebo nemôžu byť splnené, alebo naopak v prípade, kedy sa ciele podarí úspešne naplniť. Každý produkt, alebo služba sa odlišuje od podobných výrobkov na trhu a vďaka tomu neexistujú ani dva rovnaké projekty, čo ich činí jedinečnými⁹.

Projekty sú vypracovávané na všetkých úrovniach spoločnosti. Môže na ňom pracovať jedna osoba, alebo aj tím zložený z tisícok ľudí. Často sú rozhodujúcimi, kritickými komponentmi obchodnej stratégie spoločnosti vykonávajúcej určitú činnosť. Otázkou je, čo robí projekt úspešným? Čo je to, vďaka čomu vieme povedať, že vývoj produktu sa darí? Je to splnenie predstáv zákazníka, vysoká efektivita, teda krátky čas dodania, nízke náklady, a predvídateľnosť výsledku.

Svetové štandardy pre projektové riadenie poskytujú odporúčané metódy a postupy, vďaka ktorým je pravdepodobnosť vytvorenia vydareného projektu vysoká. Do šťastného konca je možné doviest' projekt aj bez nasledovania týchto postupov, avšak šance, že projekt skončí neúspechom sa značne zvyšujú.

Pre popis organizácie konferencie Respiratory Forum 2016 som zvolila vymedzenie konvenčného popisu životného cyklu projektu, stručnú charakteristiku agilnej metodiky SCRUM, metódy riadenia PRINCE2 a potenciál ich vzájomnej integrácie.

1.1.2. Životný cyklus projektu

Vychádzajúc z princípov PMBOK, existujú štyri primárne etapy projektu. Skôr než sa začne projekt rozpracovávať do detailov je potrebné absolvovať základnú počiatočnú fázu. V tejto fáze je dôležitá komunikácia so zadávateľom projektu, od ktorého sa odvíja prvotný impulz a určuje to, čo je očakávané, že bude v priebehu projektu splnené. Je nevyhnutné úplne pochopiť podstatu projektu. To znamená ujasniť si dôvody a motiváciu pre jeho uskutočnenie, mať jasnú predstavu finálneho výsledku a zásadných krokov, ktoré z neho spravia úspešný produkt. Takisto je dôležité mať od začiatku prehľad o špecifických požiadavkách a kritériách. Na základe toho sa spíše tzv.

⁹ *A Guide to the project management body of knowledge*. Upper Darby, PA: Project Management Institute, c1996. ISBN 1-880410-12-5

Project Charter, ktorý stručne a výstižne zhrnie tieto východiskové informácie. Sú zásadné nielen pre projektový tím, ale hlavne pre zadávateľa a schválenie rozpočtu¹⁰.

Po získaní a pochopení zadania nasleduje fáza plánovania. Je to analytická časť, kedy sa presne popisujú detaily, vyberajú sa členovia tímu a ďalší ľudia, ktorí budú spolupracovať, rozdeľujú sa úlohy. Do fázy plánovania spadá aj určenie rizík, návrhy ich riešenia a určenie prostriedkov pre minimalizovanie ich dopadu¹¹.

Tretia fáza je fázou výkonnou. Vyhodnocuje stav medzi tým, čo sa naplánovalo, že sa splní a tým, čo sa naozaj podarilo dokončiť. Takmer nikdy sa projekt neuskutočňuje podľa plánu, preto sa v tejto fáze najčastejšie objavuje management zmien. Základným pravidlom zavádzania zmien do plánu je jasne komunikovať a zdieľať informácie. Výkonná a plánovacia fáza sa miestami navzájom prekrývajú¹².

Štvrtou fázou je uzavretie projektu. Prebieha evaluácia výsledkov, finálna dokumentácia, spísanie tzv. *Lessons learned*. Označuje zápis pozitívnych a negatívnych vlastností finálneho produktu a návrhov pre dosiahnutie ešte kvalitnejšieho výsledku. Tieto zápisy sa zbierajú v priebehu celého cyklu projektu, v poslednej fáze len minimálne¹³.

Tieto fázy sú všeobecnou charakteristikou každého projektu. Pre podrobnejšie zachytenie štruktúry príprav konferencie Respiratory Forum 2016 využijem kombináciu metód PRINCE2 a SCRUM. Ani jedna z nich nevyužíva tradičnú, tzv. Work Breakdown Structure, teda analytické rozloženie projektu na detailné časti tak, aby k nim mohli byť priradené zodpovednosti. Naopak, obe sú orientované na produkt a benefity z výsledného diela, vďaka čomu sú dynamickejšie a vhodnejšie pre popis projektu Respiratory Forum 2016.

¹⁰ *A guide to the project management body of knowledge (PMBOK guide)*. 4th ed. Newtown Square, Pa.: Project Management Institute, c2008. ISBN 978-1-933890-51-7 Str. 15-18

¹¹ *A guide to the project management body of knowledge (PMBOK guide)*. 4th ed. Newtown Square, Pa.: Project Management Institute, c2008. ISBN 978-1-933890-51-7

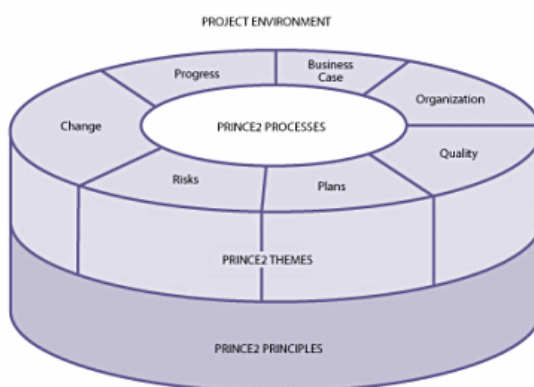
¹² Tamtiež

¹³ Tamtiež

1.1.3. PRINCE2

Ide o označenie metodológie pre efektívne riadenie projektu. Nezaobrá sa prácou odborníkov, ako napríklad špecifickými výrobnými metódami, alebo predpismi. Ani detailnými technikami ako je management rizík, alebo soft skills, teda vyjednávacie a prezentačné zručnosti lídra.

Vo svojej štruktúre zjednocuje rôzne záujmy, riadi šesť premenných: náklady (za akých podmienok bude projekt cenovo dostupný?), harmonogram (kedy bude projekt dokončený), kvalitu (je produkt dostatočný pre zámer projektu?), rozsah (čo je podstatné a požadované pre produkt, a čo nespadá do záujmov projektu), riziko (aké riziko je akceptovateľné), benefity (odpovedá na otázku prečo robíme tento projekt)¹⁴. Vytvára stabilný rámec založený na princípoch, témach a procesoch a prostredí projektu.



Obr. 1. Štruktúra PRINCE2

Zdroj: <https://www.axelos.com/best-practice-solutions/prince2/what-is-prince2>

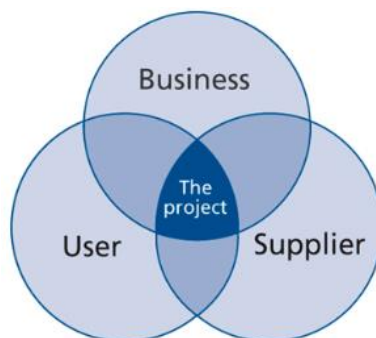
Princípy

Základ tejto metodológie tvorí sedem princípov, ktoré sú podrobnejšie rozvinuté v témach a procesoch.

1. Dlhodobé obchodné zdôvodnenie pre uskutočnenie projektu.
2. Poučenie sa z predošlých skúseností.
3. Definovanie rolí a zodpovedností (Project Board, Project Manager, Team Manager)
4. Management po etapách.
5. Management na základe výnimiek, tzn. projekt má určené odchýlky od stanoveného cieľa.

¹⁴ RITT, Hans-Peter a Stefan JÄGER. *The Potential integrating PRINCE2 and SCRUM: Expert Workshop*. Bratislava, 2014

6. Zameranie sa na produkty (prijatie kritérií klienta, pochopenie finálneho produktu, kvalitatívne očakávania užívateľa, pochopenie vzájomných závislostí).
7. Prispôsobenie metódy prostrediu projektu¹⁵.



Obr. 2. Project Board

Zdroj: [http://www.project-management-](http://www.project-management-basics.com/prince2009/Directing_Projects_with_PRINCE2_04_Overview_of_PRINCE2_The_role_of_senior_management_in_PRINCE2.shtml#)

[basics.com/prince2009/Directing_Projects_with_PRINCE2_04_Overview_of_PRINCE2_The_role_of_senior_management_in_PRINCE2.shtml#](http://www.project-management-basics.com/prince2009/Directing_Projects_with_PRINCE2_04_Overview_of_PRINCE2_The_role_of_senior_management_in_PRINCE2.shtml#)

Tieto tri základné oblasti, biznis, dodávateľ a užívateľ, musia byť zahrnuté pri rozhodovaní.

Témy

Aspekty, ktoré je potrebné riešiť neustále: obchodný prípad, organizácia, kvalita, plány, riziká, zmeny, vývoj¹⁶.

Procesy

Integrujú princípy a témy. Etapy rozdeľujú projekt do zmysluplných postupností. Od zahájenia projektu, cez riadenie, spustenie, controlling, riadenie dodávky produktu, riadenie vývoja etapy, až po ukončenie projektu¹⁷.

Prostredie

Táto metóda je flexibilná a je nevyhnutné vhodne ju prispôbiť danému kontextu projektu.

Medzi najväčšie výhody tejto metodológie riadenia projektu patrí ovládanie projektu zabezpečené mechanizmom delegovanej autority, rolí a zodpovedností – vrátane limitov a tolerancie. Ďalšou silnou stránkou je stabilný rámec a jasné pokyny vedenia ako postupovať a otvorený prístup k odborníkom, vzhľadom k oddeleniu managementu od vývojových úrovní.

¹⁵ *What is PRINCE2?* [online]. [cit. 2017-04-30]. Dostupné z: <https://www.axelos.com/best-practice-solutions/prince2/what-is-prince2>

¹⁶ *Tamtiež*

¹⁷ *What is PRINCE2?* [online]. [cit. 2017-04-30]. Dostupné z: <https://www.axelos.com/best-practice-solutions/prince2/what-is-prince2>

1.1.4. SCRUM

SCRUM je agilná iteratívna metodika. Agilný prístup k riadeniu projektu je interaktívny spôsob managementu, ktorý je protikladom tradičnej metódy, ktorej sa venuje najznámejší štandard PMBOK. SCRUM sa uplatňuje v projektoch, u ktorých je jasný rámcový cieľ, ale z najrôznejších dôvodov nie je možné presne definovať všetky dlhodobé požiadavky bez priebežných prototypov¹⁸. Používa sa teda vtedy, keď nie je možné určiť detailný plán projektu vrátane jeho podrobných podmienok (čo je typickým príkladom pre tradičný prístup). Jedným z benefitov agilných metód je výrazné zapojenie tímu a vďaka tomu aj zlepšenie motivácie. Pre plnohodnotné využitie tejto metódy je však potrebné dodržiavať prísnu disciplínu. Jedine tak môže projekt skutočne fungovať a splniť očakávania zákazníka aj projektového tímu¹⁹.

Iteratívny znamená, že sa projekt rozdelí do malých funkčných častí, ktoré sa vytvárajú na základe tesnej a neustálej (inkrementálnej) spolupráci tímu a zákazníka, ktorý dáva spätnú väzbu, na základe ktorej sa upresňuje zadanie. Detailné požiadavky sa teda vytvárajú podľa jednotlivých iterácií²⁰.

Role v SCRUMe

Vlastník projektu (Product Owner) je zodpovedný za to, že sa klientovi dodá kvalitný produkt. Sleduje záujmy zákazníka a podľa toho vyberá položky (tzv. User Stories) a zoraďuje ich podľa priorít. Ako prvé volí veci, ktoré prinášajú najväčšiu hodnotu, následne najrizikovejšie veci, aby sa projekt pre prípadný nezdar ukončil čím skôr, a následne veci, ktoré je možné vyrobiť za najkratší čas, pretože môžu zákazníkovi začať slúžiť hneď a vytvárať hodnotu. Okrem toho riadi smerovanie projektu a je zodpovedný za to, že projekt maximalizuje ROI (viď terminologický slovník), návratnosť investície, čo znamená, že má kontrolu nad tým, že tím pracuje na tej časti produktu, ktorá prináša najväčšiu hodnotu²¹.

Vývojový tím (Development Team) je zodpovedný za dodanie doručiteľnej časti produktu na konci každého Sprintu. Je multifunkčný, tzn. že sú v ňom zastúpené všetky potrebné odbornosti tak, aby boli činnosti čo najviac paralelné a nevznikali prestoje

¹⁸ Čo je to Agile Scrum [online]. [cit. 2017-04-30]. Dostupné z: <https://www.bestpractice.sk/sk/Best-practice/Agile/Co-je-to-Agile-Scrum.alej>

¹⁹ DOLEŽAL, Jan. *Projektový management: komplexne, prakticky a podle světových standardů*. Praha: Grada Publishing, 2016. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-5620-2, str. 307-325

²⁰ Tamtiež

²¹ DOLEŽAL, Jan. *Projektový management: komplexne, prakticky a podle světových standardů*. Praha: Grada Publishing, 2016. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-5620-2, str. 307-325

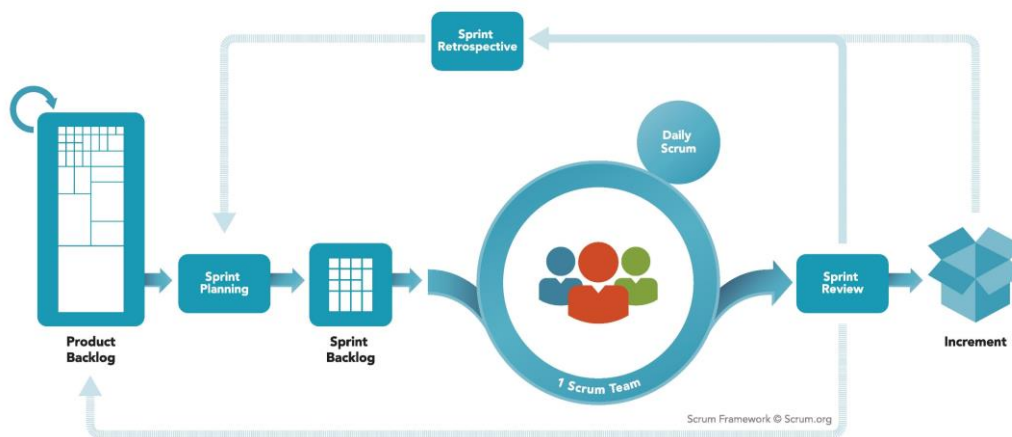
v práci. Optimálne je, ak môže tím fyzicky zdieľať pracovisko, pretože to výrazne napomáha k rýchlejšim dodávkam. Tím sa sám riadi a organizuje.

SCRUM Master odstraňuje prekážky a zabezpečuje plynulý chod projektu. Organizuje stretnutia, ale nie je projektovým manažérom. Napomáha tímu aby pracoval efektívne, moderuje diskusie²².

Artefakty SCRUMu

Základom SCRUMu je vytvorenie usporiadaného zoznamu požiadaviek pre daný produkt, tzv. Product Backlog, patrí sem čokoľvek, čo je potrebné pre dodanie kvalitného finálneho produktu. Položky sú zvyčajne zapisované formou Story. Zodpovedá a riadi ho vlastník projektu²³.

Sprint Backlog je zoznam úloh pre vývojový tím v rámci ďalšieho sprintu. Vzniká výberom najdôležitejších položiek z tzv. Product Backlog.



Obr.3. Štruktúra Scrumu

Zdroj: <https://www.scrum.org/resources/what-is-scrum>

Proces

Sprint (iterácia) je základná jednotka vývoja v SCRUME. Pracuje sa na nej zvyčajne dva až štyri týždne. Každý sprint začína stretnutím, v rámci ktorého sa určujú úlohy a ich trvanie pre dosiahnutie sprintového cieľa. Sprint je uzavretý zhrňujúcim mítingom, na ktorom sa retrospektívne analyzuje vývoj a spisujú sa ponaučenia pre ďalší sprint.

Počas sprintov sa dôraz kladie na vytvorenie doručiteľného, funkčného produktu, ktorý môže byť naplno testovaný (výstupom má byť teda inkrement)²⁴.

²² Tamtiež

²³ *An Empirical Framework For Learning (Not a Methodology)* [online]. [cit. 2017-04-30]. Dostupné z: <http://scrummethodology.com/>

²⁴ RITT, Hans-Peter a Stefan JÄGER. *The Potential integrating PRINCE2 and SCRUM: Expert Workshop*. Bratislava, 2014

1.1.5. Potenciál integrácie PRINCE2 a SCRUM

Medzi spoločné prvky týchto prístupov patrí zapojenie tzv. *stakeholders* do procesu. V prípade PRINCE2 ide o prepojenie biznisu, dodávateľov a zákazníka na všetkých úrovniach projektu. V SCRUME je každý sprint upravovaný podľa doplňujúcich informácií od užívateľa.

Oba sú orientované na produkt. SCRUM na víziu finálneho diela, PRINCE2 pracuje s obchodným zadáním pre vytvorenie projektu. Priebežne pracujú so zmenami, formou user stories v SCRUME a pomocou vyhodnocovania jednotlivých etáp procesov v PRINCE2.

Vzhľadom k tomu, že PRINCE2 je o riadení, managemente a metodika SCRUM sa zaoberá jednotlivými čiastkovými úlohami vývoja produktu, sa tieto dva prístupy výhodne dopĺňajú. Na jednej strane sa PRINCE2 vývojom nezaoberá a na strane druhej SCRUM nemá výrazné riadiace funkcie, pracuje na zdieľanej tímovej zodpovednosti a facilitácii²⁵.

Pri integrácii PRINCE2 a SCRUM je dôležité zachovať ich silné stránky, u SCRUMu prácu v tíme a u PRINCE2 management a riadenie. Zlúči sa funkcia vlastníka produktu a projektového manažéra, sprinty a etapy splynú. Pridajú sa dva procesy PRINCE2 zaoberajúce sa pre-projektovou prípravou, zladením s biznis cieľom a s dôrazom na kontext, vzhľadom k ich úplnému deficitu v SCRUME²⁶.

²⁵ RITT, Hans-Peter a Stefan JÄGER. *The Potential integrating PRINCE2 and SCRUM: Expert Workshop*. Bratislava, 2014

²⁶ Tamtiež

1.1. PR a organizovanie marketingovej akcie

Lieky účinkujú na naše zdravie a transformujú ho. Vo svojej samotnej podstate zastávajú prominentnú úlohu v spoločnosti. Farmaceutický priemysel má teda taktiež poprednú pozíciu v očiach verejnosti²⁷. Vzdelávanie lekárov je stále viac dotované farmaceutickými spoločnosťami. Z tohto dôvodu sa podmienky pre finančné zabezpečovanie konferencií pre medicínskych špecialistov postupne sprísňovali²⁸.

Propagácia liečiv je presne vymedzená v zákone. „SÚKL (Státní ústav pro kontrolu léčiv) je od roku 2002 dozorným orgánom pre reklamu na humánne liečivé prípravky a sponzorovanie v tejto oblasti, s výnimkou reklamy v rozhlasovom a televíznom vysielaní (vyplýva to zo zákona č. 40/1995 Sb., o regulácii reklamy a o zmene a doplnení zákona č. 468/1991 Sb., o prevádzkovaní rozhlasového a televízneho vysielania, v znení neskorších predpisov). Televíznu a rozhlasovú reklamu na liečivé prípravky reguluje Rada pre rozhlasové a televízne vysielanie. Od roku 2008 je SÚKL takisto dozorným orgánom pre reklamu a sponzorovanie v oblasti ľudských tkanív a buniek.“²⁹.

Reklama na humánne liečivé prípravky zameraná odborníkov môže byť šírená iba prostredníctvom komunikačných prostriedkov určených prevažne pre týchto odborníkov (napríklad odborných neperiodických publikácií, odbornej periodickej tlače, odborných audiovizuálnych relácií). V zákone sú definované aj podmienky pre organizovanie stretnutí odborníkov za odborným, alebo vedeckým účelom, kedy rozsah bezplatne poskytovaného pohostenia a ubytovania musí byť primeraný, vzhľadom na hlavný účel stretnutia, nesmie byť rozšírený na iné osoby než odborníkov. V tomto prípade neplatí zákaz ponúkať, sľubovať alebo poskytovať dary alebo iný prospech, ibaže sú nepatrnej hodnoty a majú vzťah k nimi vykonávanej odbornej činnosti³⁰.

Farmaceutické spoločnosti tak využívajú špecifické nástroje pre budovanie image-u.

²⁷ SMITH, Mickey C. *Pharmaceutical marketing: strategy and cases*. New York: Pharmaceutical Products Press, c1991. ISBN 1-56024-110-1.

²⁸ Rutledge, P., Crookes, D., McKinsty, B. and Maxwell, S. R. J. (2003), Do doctors rely on pharmaceutical industry funding to attend conferences and do they perceive that this creates a bias in their drug selection? Results from a questionnaire survey. *Pharmacoepidem. Drug Safe.*, 12: 663–667. doi:10.1002/pds.884

²⁹ Otázky a odpovedi [online]. [cit. 2017-05-02]. Dostupné z: <http://www.sukl.cz/farmaceuticky-prumysl/otazky-odpovedi-7>

³⁰ Zákon č. 40/1995 Sb. [online]. [cit. 2017-04-30]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1995-40>

1.2.1. Nástroje PR

PR predstavuje management informácií vzhľadom na dosiahnutie čo najlepšieho mena danej spoločnosti a jej celkový positioning. Termín positioning, v doslovnom preklade „umiestňovanie“, zmenil spôsob, akým prebiehala reklamná kampaň³¹. Jedná sa o systém vytvárania a riadenia predstáv, pojmov a asociácií, ktoré si človek vzťahuje k vybranému objektu a ktoré sú založené na hodnotách a presvedčeníach spojených s daným objektom. Cieľom je vymedziť jeho postavenie na trhu.

V tomto prípade má k tomu najbližšie management reputácie, teda riadenie povesti spoločnosti. V tejto oblasti sa hľadajú riešenia, ktoré by boli únosné z dlhodobého hľadiska. Vytváranie reputácie sleduje vybudovanie znalostí, orientácie a dôvery organizácie v určitých častiach verejnosti s cieľom takú hodnotu u nej zachovať. Je založená na vierohodnosti, spoľahlivosti, dôveryhodnosti a vedomí zodpovednosti³².

Pre PR sú kľúčové vzťahy s médiami, ktoré umožňujú zdieľanie informácií. Tie distribuuje najčastejšie prostredníctvom tlačových správ, ktoré zasiela vybraným médiám ako tipy a následne monitoruje počet uverejnených oznámení v médiách vrátane informácií o type daného média. Počet plánovaných výstupov sa odvíja od strategického plánu spoločnosti a vzájomnej dohode medzi spoločnosťou a PR agentúrou o rozsahu poskytovaných služieb.

Umením PR je vytvorenie obsahu, ktorý je pútavý pre médiá a pozitívne podporuje vnímanie danej značky. Jednou z možností pre vzbudenie záujmu médií je príprava akcie.

Eventy a akcie

V dnešnej dobe sú ucelené PR akcie považované za komplexnú, efektívnu podporu komunikácie. Príprava a organizácia udalosti si vyžaduje znalosti nielen nástrojov pre budovanie kontaktu s verejnosťou, ale aj určité postupy managementu. Dôvodom k organizácii ucelených PR akcií je oznámenie obsiahlejších informácií vybranej cieľovej skupine, alebo vyvolanie špecifického zážitku, ktorý utužuje pozitívne vzťahy medzi subjektom (účastníkmi) a objektom PR (značkou zastrešujúcou akciu)³³.

³¹ RIES, Al a Jack TROUT. *Positioning: the battle for your mind*. New York: McGraw-Hill, 2001. ISBN 0-07-137358-6

³² SVOBODA, Václav. *Public relations moderně a účinně*. Praha: Grada, 2006. Expert (Grada). ISBN 80-247-0564-8,

³³ Tamtiež

Výhodou eventu sú širšie možnosti pôsobenia na emócie, vzhľadom na multimediálnu podporu (napríklad audiovizuálna, virtuálna a online technika poskytujúca možnosť interaktivity počas akcie). Základom pri príprave eventu je určenie obsahu vzhľadom na účastníkov a zámer akcie. Nasleduje výber vhodného priestoru, ďalej výroba a distribúcia pozvánok.

Ďalšou časťou je zabezpečenie tlačových podkladov (program, harmonogram, doplnkové materiály), technickej podpory a ďalších pomôcok. Réžia akcie je takisto zodpovednosťou PR, je to sledovanie a praktické riadenie priebehu akcie. Musí dodržiavať časový harmonogram a riešiť neplánované situácie. Na záver eventu prebieha jeho celkové vyhodnotenie. V závislosti na type eventu a požiadaviek klienta sa môžu vyskytnúť doplnkové časti eventu, ako napríklad zabezpečenie ubytovania, alebo sprievodného programu³⁴.

³⁴ SVOBODA, Václav. *Public relations moderně a účinně*. Praha: Grada, 2006. Expert (Grada). ISBN 80-247-0564-8.

2 Organizácia konferencie Respiratory Forum 2016

Prvý adventný víkend roku 2016 bol ako už tradične venovaný konferencii Respiratory Forum. Druhý ročník tohto odborného podujatia bol sústredený do dvoch tematických blokov. Astma pre rok 2017 a Multioborový pohľad na problematiku kašľa. Behom dvojdného programu sa k problematike respiračných ochorení vyjadrilo celkom jedenásť popredných odborníkov z Českej republiky aj zo Slovenska a ponúkli multioborový pohľad na problematiku astmy a kašľa. Výsledkom bol výnimočný priestor pre stretnutie a diskusiu medzi odbornou spoločnosťou.

Konferencie sa zúčastnilo dvestopäťdesiatštyri lekárov, hlavne pneumológov a alergológov z celej Českej republiky. Za participáciu na tejto konferencii mohli lekári získať dohromady maximálne osem kreditov podľa noriem Českej lekárskej komory (ČLK).

2.1. Konferencia Respiratory Forum a PR

Vzhľadom na špecifickú oblasť farmaceutického priemyslu, ktorej sa táto konferencia týka, sú možnosti pôsobenia PR obmedzené a viac menej vopred určené. Respiratory Forum vzniklo na podnet spoločnosti Teva. Hlavnou myšlienkou bolo postupne vybudovať exkluzívnu značku, vďaka ktorej bude Teva vnímaná ako odborník na respiračné ochorenia. Tento brand mal byť podporovaný tlačou, teda neperiodickými odbornými magazínmi, poprípade vlastným magazínom, v každom prípade malo ísť o mimoriadny materiál distribuovaný výhradne reprezentantmi spoločnosti Teva medzi lekárov a ďalších odborníkov.

Tohtoročnej konferencii bol príznačný dôraz na interaktivitu, široké využitie technológií aj technické vybavenie samotnej akcie, ktoré významne prispelo k medzinárodnej úrovni odborného stretnutia. Novinkou bolo využitie aplikácie Sli.do, vďaka ktorej bolo možné interaktívne reagovať na dotazy prednášajúcich a zúčastňovať sa ankiet v reálnom čase. V priebehu celej akcie bol zabezpečený online streaming a odborníci mali príležitosť zúčastniť sa akcie online, čoho využilo tridsať odborníkov. Aj táto forma účasti bola ošetrená tak, aby mohli odborníci získať kredity od ČLK.

V novembri 2016 sa uskutočnil už druhý ročník tejto konferencie, od januára tohto roku prebiehajú prípravy pre ďalší ročník Respiratory Forum 2017. Termín akcie je však pevne stanovený už od vzniku konferencie, a to na prvý adventný víkend.

Dôvodom je spojenie s vianočnými trhmi, ktoré môžu byť príťažlivou atrakciou pre účastníkov.

Akcia sa uskutočnila v hoteli NH Prague City. Hotel sa zvolil na základe lokality, absencie wellness služieb a štvorhviezdičkovému servisu.

Lekári obdržali pozývaci newsletter s informáciou o prebiehajúcej registrácii na Respiratory Forum. Prihlásiť sa mohli na webovej stránke vytvorenej pre túto konferenciu www.respiforum.cz. Registrácia bola otvorená od 10. októbra 2016 do 18. novembra 2016. Bola aktualizovaná pravidelne pred samotnou akciou aj po nej. Zároveň bola zabezpečená možnosť komunikácie prostredníctvom mailu, ktorý bol spravovaný na dennej báze a sprostredkúval aktuálne informácie týkajúce sa organizácie a priebehu akcie, lekári tak mali neustálu podporu.



Obr.4. a 5. Zábery z konferencie

Zdroj: interné zdroje agentúry Havas

Web bol dôležitou súčasťou aj v priebehu konferencie. Skrz neho bolo možné získať prístup k aplikácii Sli.do a sledovať prenos online.

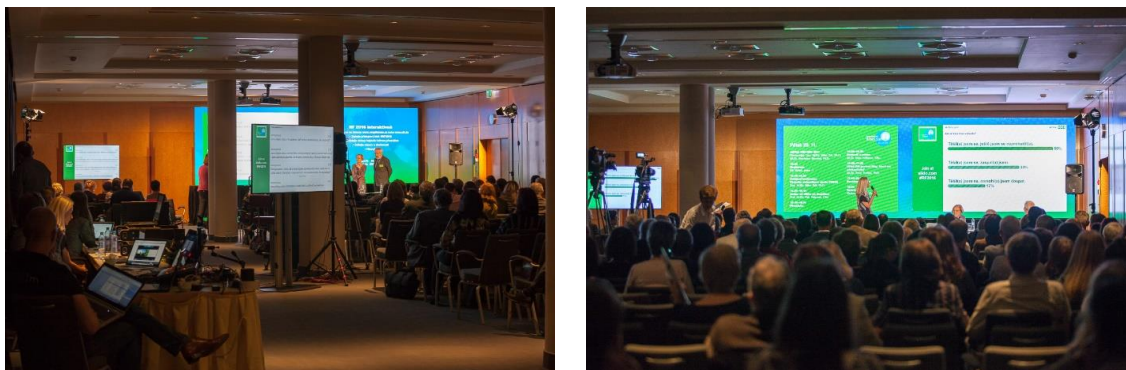
V roku 2016 sa zaznamenalo celkovo 1717 unikátnych užívateľov tohto webu, pričom na stránke strávili priemerne 2,33 minúty (pomerne vysoké číslo v porovnaní s ostatnými podobnými webmi).

V rámci konferencie bola účastníkom ponúknutá možnosť zabezpečenia ubytovania a dopravy. Forma dopravy sa zvolila podľa lokality, prípadne preferencie daného odborníka. Najviac sa využívala vlaková doprava a doprava mikrobusedmi pre náročnejšie dostupné mestá.

Podstatnou časťou bola aj príprava podkladových materiálov, letákov, roll-upov, plagátov, menoviek, registračných hárkov, a darčkových predmetov pre účastníkov, ako bolo USB s designom konferencie.

Z celého priebehu tohto odborného seminára bol vytváraný audiovizuálny záznam, ktorý bol zároveň vysielaný aj online na webe konferencie. Cez túto stránku

bolo možné prostredníctvom aplikácie Sli.do klásť dotazy k aktuálnej prednáške v reálnom čase a zapájať sa do diskusií a hlasovacích otázok prednášajúcich. Vďaka kombinácii online prenosu a aplikácie Sli.do sa táto virtuálna účasť na seminároch sa považovala za rovnako plnohodnotnú ako osobná účasť a takisto za ňu boli udeľované kredity.



Obr.6. a 7. Zábery z konferencie

Zdroj: interné zdroje agentúry Havas

Agentúra Havas PR zaistila akreditačný proces a konferencia Respiratory Forum 2016 bola riadne zaregistrovaná medzi odbornými akciami Českej lekárskej komory (ČLK). Pre účastníkov konferencie bolo podľa noriem ČLK pripravených celkom dvestoštyridsaťšesť certifikátov, teda potvrdení o účasti. Boli pripravené v elektronickej forme a následne distribuované každému účastníkovi konferencie prostredníctvom newsletteru a následne tiež vytlačené a doručené do sídla spoločnosti Teva.

Pre zaistenie publicity o tohtoročnej konferencii Respiratory Forum 2016 bola realizovaná mierna PR podpora. Na vybrané odborné zdravotnícke médiá bola distribuovaná vytvorená tlačová správa informujúca o udalosti, s citáciami vybraných účastníkov.

Respiratory Forum 2016 - Media Monitoring: 25. 11. - 17. 1. 2017									
N.	Medium	Media Type	Date	Title	Size of output	Price for advertising (1 page)	Real users per month	Teva mentioned	www.respiforum.cz mentioned
1	Hospital-in.cz	web	6.12.	Konference Respiratory Forum 2016 ve znamení interaktivity a multioborovosti	1,00	10 000 CZK	7 000	yes	yes
2	KAZUISTIKY v alergologii, pneumologii a ORL	quarterly	2.1.	Z tiskové konference Respiratory Forum 2016	0,90	500 CZK	500	yes	yes
3	Healthcom.cz	web	2.1.	Druhý ročník RESPIRATORY FORUM ve znamení interaktivity a multioborovosti	1,00	1 000 CZK	10 000	yes	yes
4	Practicus	monthly	2.1.	Navštívili jsme za vás: 2. Respiratory forum	1,00	50 000 CZK	13 250	no	yes
5	Web.practicus.eu	web	2.1.	Navštívili jsme za vás: 2. Respiratory forum	1,00	500 CZK	500	no	yes
6	Acta Mediciane	monthly	17.1.	Respiratory Forum 2016 ve znamení interaktivity a multioborovosti	0,50	66 000 CZK	17 500	yes	yes
7	Actamedicinae.cz	web	17.1.	Respiratory Forum 2016 ve znamení interaktivity a multioborovosti	0,50	66 000 CZK	500	yes	yes
TOTAL							49 250	71%	100%

Obr. 8. a 9. Report mediálních výstupů

Zdroj: interné zdroje agentúry Havas

Tabuľka znázorňuje report PR podpory formou mediálních výstupů. Podstatnými ukazovateľmi kvality výstupu sú: jeho rozsah (Size of output) udávaný v pomere k rozsahu jednej stránky, zvyčajná sadzba za uverejnenie článku takéhoto rozsahu, mesačný zásah daného média – teda čítanosť, alebo návštevnosť a zmienenie kľúčových slov. Súčasťou takéhoto monitoringu médií sú zvyčajne aj záznamy uverejnených článkov.

Odhladnuc od sledovania PR podpory, zásadným ukazovateľom úspešnosti konferencie boli dotazníky, ktoré mali účastníci možnosť vyplniť po oboch dňoch konferencie. Spokojnosť s organizáciou konferencie bola takmer stopercentná. Témy prednášok ohodnotili prítomní priemernou známku 1,25 (známkovanie ako v škole 1 = veľmi dobré, 5 = veľmi slabé). Konferencia ako taká získala známku 1,34. Prednášky aj témy tohtoročnej konferencie boli hodnotené nadmieru pozitívne. Využitie aplikácie Sli.do považovali niektorí účastníci za elegantný spôsob doplnenia prednášok, avšak na druhej strane sa objavili názory, že to nutné nie je. Účastníci uviedli aj množstvo návrhov na témy prednášok pre ďalšie roky a zaujímavé nápady pre celkové zlepšenia. Napríklad vedenie seminárov formou workshopov, ako tomu bolo počas prvého ročníka Respiratory Forum.

2.2. Využitie metód projektového managementu pri príprave

Farmaceutická spoločnosť Teva je už niekoľko rokov klientom agentúry Havas PR Prague. Koncept Respiratory Fora bol vytvorený na základe požiadaviek Tevy. Najväčším limitom neboli iba prísne podmienky pre organizáciu takéhoto odborného podujatia stanovené v zákone, ale aj množstvo nákladov, ktoré Teva pre túto akciu vymedzila. Pri príprave návrhu riešenia konferencie sa tak kládol veľký dôraz na rozpočet, ktorý sa niekoľko mesiacov upravoval na základe pripomienok zadávateľa, až kým sa neschválila finálna verzia.

Potom, ako sa definovala východisková situácia a očakávania od výsledného produktu, začalo sa postupné vypracovávanie schváleného návrhu riešenia. V agentúre sa vytvoril tím a členom sa rozdelili úlohy.

Mne na pozícii stážistky/PR asistentky bola pridelená úloha priebežne spravovať registrácie, poskytovať prihláseným lekárom podporu formou emailovej komunikácie a zabezpečovať ďalšie nevyhnutnosti. Medzi ne patrilo zaistenie ubytovania, parkovania a dopravy podľa želaní účastníkov, príprava marketingových podkladov pre konferenciu, asistencia pri réžii a spracovanie dotazníkov a certifikátov.

Manažérka projektu na pozícii Media Relations and Event Director úzko spolupracovala s PR oddelením spoločnosti Teva, vyberala dodávateľov pre akciu, dohliadala na prípravu a riadila priebeh konferencie.

Celý projekt v agentúre zašit'oval Managing Director, ktorý sledoval predovšetkým vyťaženie tímu a celkové ROI projektu.

2.2.1. Prípravy

Na organizácii konferencie sa pracovalo krok za krokom, plnením čiastkových úloh podľa ich priority. Takmer rok pred samotnou akciou bolo nutné zarezervovať priestory pre konferenciu a zároveň tak aj ubytovanie pre účastníkov.

Po stanovení dátumu sa určila aj doba pre možnosť registrácie. Odborníkom boli zaslané pozvánky formou direct mailu, prípadne aj osobne doručené reprezentantmi spoločnosti Teva.

Účastníci sa zaregistrovali buď priamo na webových stránkach respriforum.cz, alebo prostredníctvom reprezentanta spoločnosti Teva, ktorý našej agentúra predal ich údaje a požiadavky. V každom regióne pracuje reprezentant, ktorý je v kontakte s lekármi

a komunikácia s nimi prebiehala prostredníctvom neho. Nie každý z nich bol ale v takom tesnom spojení či už s odborníkmi, alebo s našou agentúrou ohľadom organizovania Respiratory Fora, preto niektorí účastníci komunikovali priamo so mnou, alebo som ich ohľadom doplňujúcich, či nejasných požiadaviek kontaktovala ja. Niektorí reprezentanti, alebo dokonca aj PR manažér spoločnosti Teva, naopak síce poskytovali našej agentúre informácie pre dodatočné prihlásenie odborníkov, no ich často nesúvislá a neúplná forma si vyžadovala viac času pre spracovanie.

Ubytovanie, doprava a kapacita hotela

S informáciami z registračného formulára som pracovala v rozsiahlej tabuľke, ktorá slúžila ako prehľad o všetkých prihlásených, ich kontaktných údajoch a individuálnych požiadavkách.

Podľa nich vznikli jednotlivé skupiny účastníkov, ktorým som posielala potvrdzovací email s doplňujúcimi informáciami upravenými pre danú skupinu. Obsah emailu závisel od zvoleného ubytovania (samostatné, alebo s kolegom/kolegyňou), dopravy (vlastnej, alebo si želali dopravu zabezpečiť), záujmu o využitie parkovacieho miesta.

Pri výbere dopravy nastala ale situácia, kedy si prihlásený zvolil možnosť vlastného transportu aj keď pochádzal z mesta, z ktorého bolo možné zabezpečiť dopravu, to však ale nebolo uvedené v zozname zvozočných lokalít. V potvrdzovacej správe mu teda bola opätovne ponúknutá možnosť zaobstarania dopravy, čo väčšina oslovených prijala a pre mňa to znamenalo neustále priebežné aktualizovanie registračných údajov.

Hotel bol priebežne informovaný o požadovanom počte a type izieb (prednášajúcim bolo poskytnuté luxusnejšie ubytovanie) a parkovacích miest. Dopravcovia pripravili itinerár pre mikrobuses a České dráhy očakávali informácie o cestujúcich pre zaslanie lístkov. Kompletne údaje ale mohli byť zaslané až po ukončení registrácií.

Termín uzatvorenia registrácií sa však z dôvodu pomalého naplňovania kapacít posunul na siedmy deň pred začatím konferencie. Do tej doby sa ale záujem o konferenciu rapídne zvýšil a bolo potrebné konzultovať s hotelom zabezpečenie väčšieho priestoru pre prednášky, čo zariad'ovala manažérka projektu v spolupráci s PR oddelením spoločnosti Teva.

Posunul sa tak aj termín zaslania cestovných lístkov a informácií o presných časoch pre vyzdvihnutie mikrobuses, ktoré bolo možné zaslať až pár dní pred akciou. Pre niektorých účastníkov to bolo stresujúce a neboli úplne spokojní so zasláním cestovných lístkov v tak krátko pred konferenciou.

Menil sa aj záujem o využitie parkovacích miest. Hotel nebol schopný poskytnúť dostatočné množstvo miest a bolo nutné na poslednú chvíľu pre vybraných účastníkov zabezpečiť parkovanie v blízkom okolí hotela.

Ďalšie prípravy

Manažérka projektu spolu so spoločnosťou Teva navrhla priebeh konferencie, ktorý bol založený na sofistikovanej interaktivite. Zabezpečila technickú podporu pre online prenos, zapojenie aplikácie Sli.do a premietanie prednášok na stene vytvorenej z LED obrazoviek.

Vytvoril sa harmonogram konferencie, ktorý bolo potrebné upraviť do distribuovateľnej formy. V spolupráci s DTP (viď terminologický slovník) oddelením agentúry som pripravila vizuál pre program v letákovom a plagátovom formáte a pre roll-up. Okrem toho sa v DTP oddelení agentúry vyrobili aj menovky pre každého účastníka a organizátora, ktoré sa rozdávali pri registrácii na mieste konferencie. Zaobstaral sa aj USB disk obsahujúci prednášky zo seminárov. Dohodla sa spolupráca s hostesingovou agentúrou.

Tesne pred začatím konferencie sa do organizovania zapojila aj ďalšia PR manažérka z agentúry, ktorá komunikovala s redaktormi z odborných magazínov a webov a pripravila dotazníky. Na mieste pomáhala pri réžii konferencie a uskutočnila interview s vybranými účastníkmi, ktoré následne využila pri príprave tlačovej správy.

2.2.2. Priebeh konferencie

Pripravené podklady a vizuály sa využili pri zariadovaní hotelových priestor. Do vstupnej haly sa umiestnil roll-up s harmonogramom a stojan s letákmi a nainštalovali sa ďalšie informačné tabule pre lepšiu orientáciu.

Vzhľadom k tomu, že konferenčné priestory hotela boli deň pred akciou obsadené, príprava miestnosti – technické zabezpečenie a celkový design, rozmiestnenie stoličiek a materiálov pre účastníkov (USB, zápisník, pero, dotazník) – bola možná najskôr noc pred konferenciou.

Testovanie naplánovaného priebehu odborných seminárov sa taktiež mohlo uskutočniť až ráno v deň udalosti. Napriek tomu sa podarilo zachytiť a odstrániť zásadné problémy dostatočne zavčasu, ako napríklad problémy s wi-fi pripojením. Nebolo ale možné ovplyvniť neprofesionálny prístup PR manažérky spoločnosti Teva k moderovaniu konferencie, ktorá kvôli absencii na skúške techniky nedokázala dostatočne presvedčivo vysvetliť plánovaný priebeh prednášok s využitím aplikácie Sli.do.

Pred začatím konferencie sa uskutočnila aj inštruktáž hostesiek. Riadili registrácie účastníkov – zbierali ich podpisy na prezenčnej listine, zapisovali presný čas ich príchodu a rozdávali menovky. Asistovali pri seminároch, na konci prednášok každému pýtajúcemu sa účastníkovi, ktorý nevyužil aplikáciu Sli.do priniesli mikrofón.

Problém a riešenie

Počas celej doby registrácií bol hotelu priebežne zasielaný zoznam ubytovaných. Finálny zoznam s vyznačenými požiadavkami na zvláštne luxusné ubytovanie mu bol zaslaný hneď ako bol spracovaný po uzavretí registrácií, v dostatočnom predstihu pred začatím konferencie. V deň konferencie sa ale pri prihlasovaní k ubytovaniu na recepcii objavili závažné problémy. Keďže registrácia účastníkov a príprava zoznamov ubytovaných bola mojou zodpovednosťou, pripadla mi aj povinnosť vyriešiť tieto problémy s ubytovaním s recepciou a manažérkou hotela.

Tým menším problémom bolo ubytovanie jedného z prednášajúcich do normálnej, nie luxusnej, izby. Zistila som to vďaka podrobnému porovnaniu môjho finálnemu zoznamu a prehľadu rezervácií v hoteli. Manažérka hotela dodatočne doplnila do rezervácie pre potreby konferencie luxusnú izbu. Po ukončení prednášok som dotyčnému prednášajúcemu vysvetlila omyl na recepcii a táto vec sa úspešne vyriešila.

Hlavný problém sa ale týkal viac než len jedného účastníka. Chyba sa stala pri rezervácií izieb pre dvoch ľudí. Spomedzi viac než stopäťdesiat záujemcov o ubytovanie iba jedna pätina vopred presne vedela, s ktorým kolegom / kolegynou si želá izbu zdieľať a v systéme hotela boli pre nich vyhradené izby presne na meno. Pre zvyšných účastníkov boli vytvorené všeobecné rezervácie v rámci konferencie. Postupným príchodom jednotlivcov sa rozdeľovali izby podľa toho, kto si ju vybral prvý. Po určitom čase nastala situácia, kedy záujemcovia o ubytovanie stále pribúdali, ale izieb už nebolo a recepcia nás, ako organizátorov okamžite upovedomila.

Vzhľadom k začiatku seminárov som každému, komu sa neušlo ubytovanie ponúkla dočasné uschovanie vecí v šatni a ubezpečila ho, že ubytovanie bude pripravené po ukončení prednášok. Následne sme s manažérkou hotela a recepciou porovnávali zoznamy hostí. Niektorí boli v systéme ubytovaní dvakrát, niektorí v zoznamoch chýbali úplne. Po presunutí ľudí a dodatočnom doplnení niekoľkých izieb sa podarilo zariadiť ubytovanie pre všetkých účastníkov.

Po zvyšnú dobu trvania konferencie sa už žiadne podobne významné problémy nevyskytli.

2.2.3. Vyhodnotenie konferencie

Pre získanie spätnej väzby nielen v záujme klienta, ale aj našej agentúry, mali zúčastnení odborníci možnosť vyjadriť svoj názor na konferenciu prostredníctvom dotazníkov, ktoré boli k dispozícii pred začiatkom seminárov počas oboch dní trvania Respiratory Fora. Dotazníky skúmali spokojnosť s organizáciou, obsahom prednášok a poskytovali priestor pre návrhy pre ďalšie ročníky. Poukazovali na slabé a silné miesta tohto projektu a predstavovali vnímanie konferencie pohľadom cieľovej skupiny spoločnosti Teva.

Účasť a certifikáty

Podľa noriem Českej lekárskej komory boli účastníkom udeľované kredity za účasť vzhľadom na čas zapísaného príchodu na konferenciu. Pre získanie jedného kreditu bolo potrebné zúčastniť sa štyridsiatich piatich minút odborných seminárov. Podľa programu seminárov bolo možné získať maximálne osem kreditov.

Po získaní dát z účasti na online prenose, ktoré obsahovali presný čas prihlásenia a odhlásenia sa z konferencie, bolo virtuálnym účastníkom taktiež možné udeliť presný počet kreditov.

Účastníkov som rozdelila podľa počtu kreditov a ich údaje boli spracované v DTP oddelení, kde sa podľa nich vyrobili certifikáty zvlášť pre každého lekára. Po ich následnej kontrole a prípadných úpravách boli do Vianoc elektronicky distribuované jednotlivým odborníkom, aby sa im do konca roka započítali získané kredity. V tlačovej podobe boli zaslané do sídla spoločnosti Teva, kde ich reprezentanti prevzali a následne osobne doručili lekárom.

Ukončenie projektu

Úplne uzatvorenie organizácie konferencie Respiratory Forum 2016 znamenalo uhradenie faktúr dodávateľom, prijatie platby za služby od spoločnosti Teva a konzultácie príprav ďalšieho ročníka.

3 Zhodnotenie aplikácie zvolených postupov projektového managementu a PR pri organizácii konferencie Respiratory Forum 2016

Medzi projekty je možné zaradiť vývoj nového produktu, alebo služby. Patrí sem aj zmena štýlu, štruktúry organizácie. Aj design nového dopravného prostriedku, či vývoj informačného systému. K projektom sa radia aj komunikačné kampane.

PR agentúry vytvárajú relatívne abstraktný produkt. Mnohokrát je ťažko uchopiteľný a merateľný. Jeho kvality je možné skúmať z hľadiska efektivity procesov využitých pri prípravách a dopadu výsledného produktu na pôsobenie spoločnosti na trhu a na vnímanie verejnosti.

3.1. *Postupy projektového managementu a metódy PR*

Kvality konferencie Respiratory Forum 2016 budem analyzovať na základe jednotlivých teoretických postupov popísaných v predošlých kapitolách.

3.1.1. Fázy projektu

Vzhľadom na definíciu životného cyklu projektu, prípravné práce pri organizácii konferencie spadajú do určených etáp vývoja produktu.

V prvej fáze obdržala agentúra zadanie, brief od klienta. Pre jednoznačné ujasnenie požiadaviek boli nutné osobné stretnutia so zadávateľmi. Nielenže sa ladila a vytvárala predstava finálneho produktu a jeho vlastností, ale zároveň sa budovali aj obchodné vzťahy. Úspech takéhoto komplexného projektu je nevyhnutne závislý na vzájomnom porozumení, na ktorom má byť založená celá následná kooperácia. V skutočnosti sa vzťahy aj požiadavky menili počas celej doby trvania projektu. Projekt sa nespísal podľa vzorovej štruktúry *Project Charter*, vychádzal z vyjednaného schváleného rozpočtu s presným popisom jednotlivých zložiek projektu a zo zmluvy s klientom.

Po vytvorení podkladovej dokumentácie sa v druhej analytickej časti vytvoril tím. Do tejto fázy spadajú všetky prípravné práce - vytvorenie webovej stránky, pozvanie lekárov, spracovávanie registračných formulárov, priebežná komunikácia

medzi klientom a dodávateľmi doplnkových služieb (hotel, dopravcovia, technika) a online podpora pre všetkých účastníkov.

Následne vo výkonnej časti prebehla celá konferencia, resp. sa prezentoval výsledný produkt projektu. Patrila sem aj doprava lekárov na akciu a ich ubytovanie. Miestami sa to prekrývalo aj s plánovacou fázou, ako v prípade briefingu hostesiek, prípravy podkladov pre tlač, či managementu zmien. Spadá sem predovšetkým aj riešenie nečakaných situácií a problémov, ako bolo napríklad doladovanie technických postupov pár hodín pred spustením programu, dodatočné navyšovanie ubytovacích kapacít a presťahovanie prednášajúcich do správnej izby. Vzhľadom k veľkému zásahu týchto nových opatrení v priebehu akcie boli pre zmiernenie ich celkového efektu využité komunikačné techniky. Pozostávali z informovania tímu a neustálej komunikácie s koncovým užívateľom, na ktorého mali zmeny najväčší dopad.

Úplné uzatvorenie projektu mohlo nastať až po vytvorení a distribúcii certifikátov a zabezpečení mediálnej podpory a uhradení faktúr. Nebola spísaná žiadna dokumentácia formou *Lessons learned*. Avšak v prípade tejto konferencie je možné považovať vyhodnotenie dotazníkov za podobnú formu finálnych podkladov, ktoré boli konzultované so zadávateľom. Stali sa inšpiráciou pre inováciu ďalšieho ročníka, ktorý sa začal plánovať súčasne s ukončením tohtoročného Respiratory Fora.

3.1.2. Štruktúra projektu

Bezpodmienečnou súčasťou organizácie dvojdnovej konferencie pre viac ako dvesto ľudí boli postupy manažérskeho riadenia, ktoré sa zhodovali s určitými časťami metódy efektívneho vedenia projektu PRINCE2.

Plánovanie akcie vychádzalo z presne daných nákladov, harmonogramu, rozsahu, kvality a benefitu, teda piatich zo šiestich záujmov, integrovaných v PRINCE2. Chýbalo však definovanie prijateľného rizika.

V princípoch sa ale riadenie Respiratory Fora takmer úplne zhodovalo s PRINCE2.

1. Význam konferencie z dlhodobého obchodného hľadiska bol zásadný, vzhľadom k tomu, že vďaka nej má byť značka Teva postupne vnímaná ako špecialista na respiračné ochorenia.
2. Momentálne sa pripravuje už tretí ročník, ktorý sa takisto ako ročník predtým opieral o výsledné hodnotenia a pripomienky účastníkov. Prostredie a dátum stále zostávajú rovnaké, tak ako preferencie klienta.

3. PRINCE2 pracuje s termínmi Project Board, Project Manager a Team Manager, ktoré sa síce v rámci realizácie tejto akcie vyslovene neurčili, no úzka spolupráca a interakcia medzi dodávateľom, užívateľom a zadávateľom, ako to popisuje PRINCE2, je v prípade Respiratory Fora viac než zrejmá.
4. Management akcie bol postupný, po etapách.
5. Využíval sa aj management zmien, odchýlok od vopred daného cieľa. Nejde len o zmeny, ktoré vznikli v priebehu samotnej konferencie, ale predovšetkým o priebežné úpravy pôvodného plánu. Napríklad posunutie termínu ukončenia registrácií.
6. Po celú dobu príprav sa dával dôraz na očakávania klienta od výsledného produktu, tzn. zapojenie vhodných typov médií, zvýšenie úrovne sofistikovanejším technickým vybavením.

Základ PRINCE2 tvorí okrem týchto šiestich princípov ešte jeden, prispôsobenie metódy prostrediu projektu. Avšak vzhľadom k tomu, že PRINCE2 nebol úmyselne aplikovaný, nie je v tomto popise relevantný, čo na druhej strane môže byť dôkazom flexibility tejto metódy.

Fungovanie princípov je rozdelené do čiastkových oblastí, tém, ktoré sú navzájom spojené pomocou jednotlivých procesov. Znamená to napríklad zavedenie zmien do príprav konferencie.

3.1.3. Vývoj projektu

SCRUM ako agilná metodika projektu skladá finálny produkt dohromady z malých funkčných častí, ktoré jednotlivo priebežne vyrába. Je rozšírený medzi projektmi, ktoré majú krátke trvanie a nie sú rozsiahle. Z tohto dôvodu je možné nájsť podobné prvky aj pri organizácii Respiratory Fora.

V SCRUME figurujú tri hlavné role, ktoré majú spoločné rysy s usporiadaním tímu, ktorý pripravoval konferenciu. Úlohu vlastníka produktu (Product Owner) v našom prípade zastával Managing Director, predovšetkým kvôli svojej právomoci rozhodovať o smerovaní projektu. Vývojový tím (Developing Team) som tvorila primárne ja, ako PR Asistent. Scrum Master bola manažérka na pozícii Media Relations and Event Director, zabezpečovala plynulosť projektu priebežnou komunikáciou so všetkými stakeholdermi.

SCRUM funguje podľa sprintov, ktoré spracúvajú jednotlivý Product Backlog. V praxi prípravy tejto akcie to boli statusy, ktoré sme mali spoločne s manažérkou

minimálne raz týždenne. Sledovali sme vývoj registrácií, stav produkčných prác a zapracovávali sme prípadné zmeny. Je tu teda rozdiel oproti týmto artefaktom SCRUMu, ktorých výstupom mala byť funkčná časť produktu. V našom prípade sa funkčné časti vytvárali priebežne a nesúvisle, na rozdiel od sprintov, ktoré majú presne stanové trvanie a požadované vlastnosti na produkt.

3.1.4. PR produktu

Oblasť pôsobenia zadávateľa, spoločnosti Teva, je presne vymedzená. Zámerom Tevy bolo, aj je, posilnenie postavenia na tomto špecializovanom trhu. Zvolila si úzku skupinu odborníkov, na ktorú sa rozhodla cieľiť a v spolupráci s našou agentúrou vytvorila stratégiu, ako túto víziu naplniť. Bola založená na vytvorení exkluzívneho brandu Respiratory Forum, ktorý bude posúvať úroveň odborných seminárov stále vyššie. Tohto roku sa kládol veľký dôraz na interaktivitu akcie, k čomu sa využila aplikácia Sli.do a možnosť sledovania seminárov cez online streaming.

Organizácia konferencie prebiehala podľa klasických etáp event managementu, od určenia dátumu a lokality, cez produkčné práce, až po konanie akcie.

Marketing konferencie prebiehal predovšetkým prostredníctvom vytvorenej webovej stránky a cez osobnú komunikáciu s reprezentantmi spoločnosti. V minulom ročníku sa pre reklamu využil aj špeciálne vytvorený magazín, ktorý sa síce tohto roku nevyužil, no počíta sa s ním pri príprave ďalšieho ročníku.

Na konferenciu boli pozvaní redaktori odborných magazínov, s ktorými PR manažérka Havasu urobila rozhovor a pripravila tak tlačovú správu pre médiá.

Vyjadriť svoj názor mali ale možnosť úplne všetci účastníci v dotazníkoch a aj osobne počas konferencie. Z hľadiska budovania vzťahu s koncovým užívateľom, je prejav záujmu o jeho komfort samozrejmosťou každého kvalitne pripraveného podujatia.

Uskutočnil sa zatiaľ síce iba druhý ročník, no s ohľadom na závery z dotazníkov sa konferencii podarilo získať priazeň týchto špecialistov a značka Teva má postavené základy pre ďalšie utužovanie vzťahov s odbornou verejnosťou, zároveň teda aj svojho celkového pôsobenia na trhu farmaceutických spoločností.

3.2. Zhodnotenie synergického efektu projektového managementu a PR

Postupy PR a projektového managementu sa prekrývajú už pri základnom prístupe k vytvoreniu finálneho produktu, kedy je najzásadnejšie stanoviť si jasný cieľ. Od neho sa následne odvíjali ďalšie dôležité procesy, medzi ktoré patril management času, rozsahu, kvality a nákladov. Pri organizácii Respiratory Fora tieto procesy na seba navzájom vplývali, vychádzali z požiadaviek a pokynov spoločnosti Teva a do istej miery sa prispôbovali novým udalostiam a zmenám, ktoré sa vyskytli v priebehu príprav.

Či už ide o organizáciu akcie, alebo o kampaň, nezaobíde sa bez PR manažéra, ktorý vytvorením PR plánu a zostavením vhodného tímu pracuje na jej zdarnom spustení. Je zodpovedný za úspešnú implementáciu. Podobne ako projektový manažér, potrebuje ovládať tzv. hard skills, ako je vytvorenie rozpočtu, hodnotenie rizík a management zmien. Musí mať ale aj výnimočné komunikačné zručnosti, emočnú inteligenciu a flexibilný prístup, čo platí aj pre lídra v projektovom managemente.

Súčinnosť PR a projektového managementu je možné popísať aj podľa štruktúry projektu a vývoja produktu. Pri organizácii tejto konferencie bolo využitých niekoľko prístupov k projektovému vedeniu, PRINCE2 a SCRUM.

Zo zhodnotenia využitia týchto postupov pri príprave tohto podujatia v predošlej časti kapitoly je možné popísať dokonca aj prvky ich vzájomnej integrácie. Na jednej strane prebiehal management na základe princípov metodológie PRINCE2, ktorá je zameraná práve na túto stránku projektu. Na strane druhej, sa práca tímu a komunikácia s ďalšími účastníkmi vývoja produktu regulovala sama, podobne ako v SCRUMe. Funkcie vlastníka produktu v SCRUMe a projektového manažéra v PRINCE2 sa zlúčili (zastával to Managing Director). Sprints sa nevyužívali do takej miery ako popisuje SCRUM, no ich forma prispôbená tomuto projektu bola zahrnutá v jednotlivých etapách projektu.

Záver

Vo svojej práci som skúmala postupy a procesy projektového managementu a public relations pri organizácii konferencie Respiratory Forum 2016.

Konferencia Respiratory Forum je produktom agentúry Havas PR Prague a vznikla v rámci podpory reputácie spoločnosti Teva. Príprava marketingových eventov a akcií je rozrastajúcou sa oblasťou v PR. Vychádza zo základných princípov budovania vzťahov s verejnosťou, ktorá využíva nové multimediálne možnosti, pre výraznejší zásah cieľovej skupiny. Sponzorovanie vzdelávacích odborných seminárov pre medicínskych špecialistov farmaceutickými spoločnosťami je pomerne zaužívaný spôsob budovania reputácie a dobrých vzťahov medzi týmito vybranými odborníkmi a danou spoločnosťou. Táto forma komunikácie je regulovaná v zákone, čo značne ovplyvnilo tvorbu celkového konceptu Respiratory Fora.

Využívanie niektorých postupov projektového managementu v oblasti public relations je samozrejmosťou. Vytvorenie stratégie a plnenie komunikačného plánu nie je možné bez dodržiavania určitých krokov. Pri organizácii konferencie Respiratory Forum 2016 sa využili časti tradičného prístupu k riadeniu projektu a zároveň aj agilné metódy. Vývoj tejto konferencie spadá do jednotlivých fáz životného cyklu projektu, ktoré vymedzuje konvenčná metodológia zhrnutá v PMBOK.

Zo zhodnotenia aplikácie metodológie riadenia PRINCE2 a agilnej metodiky SCRUM pri prípravách tohto odborného seminára vyplýva, že sa nevyužili iba jednotlivé prvky týchto prístupov, ale došlo dokonca k ich vzájomnej integrácii. Dodržali sa silné stránky PRINCE2, medzi ktoré patria postupy pre manažérske riadenia, zo SCRUMu sa použil prístup k tímovej práci.

Podľa môjho názoru boli pri organizácii konferencie Respiratory Forum 2016 vhodne využité procesy riadenia projektu aj postupy PR. Vychádzam nielen z vlastnej skúsenosti a popísanej analýzy teórie, ale aj z názorov účastníkov, ktorí uviedli vysokú mieru spokojnosti s týmto podujatím. Avšak tento formát, brand, Respiratory Forum má oblasti s potenciálom pre zlepšenie. Týkajú sa napríklad obmedzenia rizík spojených s ubytovaním a dopravou a kooperácie zadávateľa, jej vyladenie môže spôsobiť ďalšie zvýšenie úrovne tohto brandu.

Je možné zhrnúť, že ani jedna PR kampaň sa nezaobíde bez projektového managementu a zároveň každý projekt pre svoj úspech potrebuje kontakt s cieľovej skupiny, kvalitné PR.

Myslím si, že cieľ, ktorý som si stanovila v úvode sa mi podarilo splniť. Práca obsahuje informácie o určitých postupoch a procesoch projektového managementu a PR, na základe ktorých som dokázala zhodnotiť ich aplikáciu pri organizácii konferencie Respiratory Forum 2016 a popísať ich synergický efekt.

Zdroje

Knižné zdroje

1. *A Guide to the project management body of knowledge*. Upper Darby, PA: Project Management Institute, c1996. ISBN 1-880410-12-5
2. *A guide to the project management body of knowledge (PMBOK guide)*. 4th ed. Newtown Square, Pa.: Project Management Institute, c2008. ISBN 978-1-933890-51-7
3. DOLEŽAL, Jan. *Projektový management: komplexně, prakticky a podle světových standardů*. Praha: Grada Publishing, 2016. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-5620-2, str. 307-325
4. FTOREK, Jozef. *Public relations jako ovlivňování mínění: jak úspěšně ovlivňovat a nenechat se zmanipulovat*. 3., rozš. vyd. Praha: Grada, 2012. Komunikace (Grada). ISBN 978-80-247-3926-7
5. RIES, Al a Jack TROUT. *Positioning: the battle for your mind*. New York: McGraw-Hill, 2001. ISBN 0-07-137358-6
6. SMITH, Mickey C. *Pharmaceutical marketing: strategy and cases*. New York: Pharmaceutical Products Press, c1991. ISBN 1-56024-110-1.
7. SVOBODA, Václav. *Public relations moderně a účinně*. Praha: Grada, 2006. Expert (Grada). ISBN 80-247-0564-8.

Ostatné zdroje

1. RITT, Hans-Peter a Stefan JÄGER. *The Potential integrating PRINCE2 and SCRUM: Expert Workshop*. Bratislava, 2014.
2. Interné zdroje agentúry Havas PR Prague

Internetové zdroje

1. What is PRINCE2? [online]. [cit. 2017-04-30]. Dostupné z: <https://www.axelos.com/best-practice-solutions/prince2/what-is-prince2>
2. Otázky a odpovědi [online]. [cit. 2017-05-02]. Dostupné z: <http://www.sukl.cz/farmaceuticky-prumysl/otazky-odpovedi-7>
3. Zákon č. 40/1995 Sb. [online]. [cit. 2017-04-30]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1995-40>
4. *Benefits of Project Management for Public Relations* [online]. 2015 [cit. 2017-04-30]. Dostupné z: <https://www.inloox.com/company/blog/articles/benefits-of-project-management-for-public-relations/>
5. *An Empirical Framework For Learning (Not a Methodology)* [online]. [cit. 2017-04-30]. Dostupné z: <http://scrummethodology.com/>
6. Rutledge, P., Crookes, D., McKinstry, B. and Maxwell, S. R. J. (2003), Do doctors rely on pharmaceutical industry funding to attend conferences and do they perceive that this creates a bias in their drug selection? Results from a questionnaire survey. *Pharmacoepidem. Drug Safe.*, 12: 663–667. doi:10.1002/pds.884
7. Čo je to Agile Scrum [online]. [cit. 2017-04-30]. Dostupné z: <https://www.bestpractice.sk/sk/Best-practice/Agile/Co-je-to-Agile-Scrum.alej>

Terminologický slovník

DTP - skratka pre anglický pojem „Desktop publishing“. Označuje sa tak software slúžiaci k návrhu grafiky, ktorá je následne zvyčajne vytlačená (grafické návrhy letákov, časopisov, kníh, apod.). Programy pre desktop publishing fungujú na princípe WYSIWYG, čo znamená, že grafik navrhuje grafiku tak, že rovno vidí, ako to bude vyzerat' v skutočnosti vytlačené.

Zdroj: <https://it-slovník.cz/pojem/dtp>

ROI - skratka pre anglický pojem „Return on Investment“. Ide o ekonomický pojem, ktorý vyjadruje návratnosť investície. ROI definuje pomer zarobených peňazí voči investovaným peniazom, teda ide o pomer medzi výnosom a investíciou.

$$\text{ROI (\%)} = \text{výnosy} / \text{investície} * 100$$

ROI je teda zásadným ekonomickým ukazovateľom každého oboru, či už ide o meranie výnosnosti marketingových kampaní alebo o efektivitu výroby. Ak vyjde ROI nižšie ako 100 %, potom je ROI neefektívne

Zdroj: <https://it-slovník.cz/pojem/roi>

Zoznam obrázkov

Obr. 1. Štruktúra PRINCE2

Zdroj: <https://www.axelos.com/best-practice-solutions/prince2/what-is-prince2>

Obr. 2. Project Board

Zdroj: http://www.project-management-basics.com/prince2009/Directing_Projects_with_PRINCE2_04_Overview_of_PRINCE2_The_role_of_senior_management_in_PRINCE2.shtml#

Obr.3. Štruktúra Scrumu

Zdroj: <https://www.scrum.org/resources/what-is-scrum>

Obr.4. a 5. Zábery z konferencie

Zdroj: interné zdroje agentúry Havas

Obr.6. a 7. Zábery z konferencie

Zdroj: interné zdroje agentúry Havas

Obr. 8. a 9. Report mediálnych výstupov

Zdroj: interné zdroje agentúry Havas