

Informationen zum GPM Seminarprogramm & Anleitung zur Seminareinreichung

Willkommen im GPM Seminarprogramm! Wir freuen uns, Sie als Referierenden für unsere Projektmanagement-Seminare begrüßen zu dürfen.

Die GPM Seminare dienen als Wissensvermittlung, Weiterbildung, Kompetenz- und Persönlichkeitsentwicklung. Wir möchten uns zukünftig als der **Trendthemenspezialist** für alles rund um das Thema Projektmanagement positionieren.

In den nachfolgenden Informationen geht es darum, Ihnen einen Überblick zu unseren Rahmenbedingungen zu geben. Zusätzlich zu diesen Informationen erhalten das Formular zur Seminareinreichung mit weiteren wichtigen Hinweisen.

Des Weiteren möchten wir Ihnen diese Übersicht als Ausfüllanleitung und Hilfestellung für Ihre Seminareinreichung zur Verfügung stellen. Bitte beachten Sie die darin enthaltenen Hinweise sorgfältig, da wir nur konforme Seminare, die den GPM Rahmenbedingungen entsprechen, in unser Seminarprogramm für das kommende Jahr aufnehmen können.

Bei Fragen, Wünschen und Anregungen rund um die Seminare:

Anna Körbs, Seminarverantwortliche

seminar@gpm-ipma.de

0911 – 433369-59

1. Seminarplanung:

Die Seminarplanung findet zwischen Mai und September für das Folgejahr statt. Unterjährig geplante Seminare sind aus Marketinggründen nur unter besonderen Bedingungen zugelassen.

2. Seminardauer:

GPM Seminare sind als halbtags, ganztags oder an zwei Tagen möglich. Von 3-tägigen Seminaren sehen wir bei einer Online-Variante ab. Bei Präsenzseminaren bitten wir um genaue Prüfung, ob 3 Tage aufgrund der Ausrichtung und Inhalte absolut notwendig sind.

3. Termine:

Jeder Seminartitel kann ein- bis zweimal pro Jahr, im Abstand von mindestens vier Monaten, idealerweise im 1. und 2. Halbjahr angeboten werden. Die Hauptmonate sind hierbei März-Juni und September-November. Ein Angebot im Februar sowie bis Mitte Dezember ist selbstverständlich auch möglich. Bei der Terminwahl ist auf Ferien und Feiertage zu achten.

4. Seminarart:

Vorwiegend bietet die GPM Online-Seminar an. In besonderen Fällen kann ein Seminar auch in Präsenz angeboten werden. Hierbei ist jedoch folgendes zu beachten:

Es muss ein praxisnahes Seminar mit Workshopcharakter sein, viele Übungen und Gruppenarbeiten enthalten, die aus Sicht des Referenten online nicht möglich sind oder nicht den gewünschten Effekt erzielen. Das Präsenzseminar muss in einer gut erreichbaren Großstadt in der Mitte Deutschlands angeboten werden. Die GPM gibt das Seminarhotel vor.

5. Titel, Inhalt, Agenda, Zielgruppe:

Das Seminarthema muss ein gefragtes, modernes Trendthema sein, welches eine größtmögliche Interessentengruppen anspricht und nicht zu spezifisch auf eine Zielgruppe fokussiert ist. Der Titel muss kurz, locker, aussagekräftig sein und den Nutzen der Teilnahme hervorheben. Der Inhalt sollte eine Mischung aus Text und Stichwörtern sein, welcher dem Interessenten Lust auf die Teilnahme macht, einen umfangreichen Einblick in die Thematik gibt und mit Suchbegriffen/Keywords gefüllt sein, um ein Vertriebsmarketing möglich zu machen. Die Agenda muss dem Interessenten eine Vorstellung zum Tagesablauf geben, idealerweise mit ungefähren Zeitangaben.

6. Teilnehmerzahl

Online-Seminare starten bei einer Mindestteilnehmerzahl von 3 bis maximal 15 Teilnehmer. Präsenzseminare bei mindestens 5 Teilnehmern bis maximal 12 Teilnehmer.

7. Einsteiger – und Aufbauseminar; Kurzvortrag zu Intensivseminar

Es ist möglich, in der ersten Jahreshälfte ein Einsteigerseminar anzubieten und im zweiten Halbjahr ein Aufbauseminar dazu, wenn dies Ihr Thema möglich macht. Denkbar sind auch zwei Einsteigerseminare und ein Aufbauseminar zum Ende des Jahres hin. Bitte füllen Sie hierbei zwei Seminarformulare aus und geben Sie im Titel/Untertitel sowie in der Inhaltsbeschreibung den Hinweis dazu, um welche Art es sich handelt.

Wenn Sie bei einer Regionalveranstaltung der GPM einen Kurz- oder Abendvortrag von maximal 2 Stunden zu einem Thema anbieten möchten und dieses Thema Raum für ein Tages- oder sogar 2-Tagesseminar bietet, möchten wir dies als Intensivseminar ins Programm aufnehmen. Wichtig ist hierbei, dass Sie bei dem Vortrag auf das Intensivseminar verweisen.

8. Firmeninternes Seminarangebot/Inhouse

Firmenkunden möchten wir die Möglichkeit nicht verwehren, Ihr Seminar auch firmenintern stattfinden zu lassen. Deshalb möchten wir Sie bitten, sich Gedanken zu machen, ob Sie Ihr Seminar (je nach genannter Veranstaltungsart) auch online für eine Firma oder in Präsenz bei einem Unternehmen zu den in der Honorarregelung vereinbarten Konditionen anbieten möchten. Den Kontakt stellt die GPM her, den Ablauf organisieren Sie selbst gemeinsam mit dem Unternehmen. Den Hinweis, ob Ihr Seminar auch als „Inhouse Seminar“ möglich ist, geben wir auf unserer Homepage bekannt.

9. Informationen zu Ihrer Person

Wir benötigen von Ihnen alle relevanten Angaben, wie Anrede, Titel, Vorname, Nachname, Firma, Position und wie lange Sie mit dem Thema Projektmanagement bereits vertraut sind. Des Weiteren eine kurze textliche Darstellung Ihrer Vita und ein Profilbild.

Wir möchten daran arbeiten, die Attraktivität des Seminarangebots zu steigern. Dazu gehört es, dem Interessenten anschaulich aufzuzeigen, wie die Seminartage wohl aussehen werden. Deswegen möchten wir Ihnen anbieten, zusätzlich zum Profilbild ein Kurzvideo mit der Vorstellung Ihrer Person oder einem Kurzausschnitt Ihres Seminars und/ oder weiteren Bildern aus dem Seminar (Online/ Präsenz) in Aktion auf der GPM Homepage einzustellen.

Dies ist keine Pflichtangabe. Wenn Sie so etwas vorliegen haben, schicken Sie es uns sehr gerne zu.

Gerne möchten wir auch festhalten, aus welchem Kreis der GPM Welt Sie in den GPM Seminarbereich kommen. (FG, RG, PM Forum, Mitglied, AT, etc.) Dies dient uns als Marketinginstrument an Interessenten.

10. Marketing

Gemeinsam mit unserer Marketingabteilung wurde ein Konzept erstellt, wie wir unseren Seminarbereich bekannt, sichtbar und interessant am Markt und nach außen platzieren. Wir möchten Sie bitten, dies mit eigenen Posts auf Social-Media-Kanälen, dem Teilen unserer Maßnahmen sowie grundsätzlicher Unterstützung in der Vermarktung Ihres Seminars zu unterstützen.

Bitte verlinken Sie immer exakt auf die Detailseite Ihres GPM Seminars.

Unsere Marketingabteilung wird Ihr eingereichtes Seminar auf die GPM Anforderungen prüfen. Wir behalten uns vor, die von Ihnen gelieferten Inhalte zu überarbeiten.

11. Keyword-Analyse

Die GPM verfügt über eine aktuelle Keywordanalyse für den Veranstaltungsbereich. Bei Interesse stellen wir hier gerne einen Auszug zur Verfügung. Aus dieser ergeben sich Themen, die derzeit Interessenten am Projektmanagement am meisten interessieren.

12. Call for Papers – Referierendendatenbank

Wir möchten Sie bitten, sich bei finaler Entscheidung, Teil des GPM Seminarprogramms zu werden, in unsere Referierendendatenbank mit Ihren Kontaktdaten und Themen einzutragen. Sie können in der Umfrage die Veranstaltungsart „Seminar“ auswählen. Auch als langjähriger Seminarreferent oder Referendierender in anderen GPM Veranstaltungen bitten wir Sie – insofern noch nicht geschehen – [hier](#) einzutragen.