

„Opolska Akademia Komunikacji w zakresie bezpieczeństwa i porządku publicznego”  
Priorytet VIII PO KL Podziałanie 8.1.1

## HARMONOGRAM SZKOLEŃ MODUŁU PUBLIC RELATIONS – GR. A

### Grupa A

L.P.	DATA SZKOLENIA	MIEJSCE SZKOLENIA	PROWADZĄCY
1.	16-17 lutego 2009 r.	Hotel Villa Park Ul. Czogały 1 Opole - Groszowice	Grzegorz Rippel
2.	6 kwietnia 2009 r.	Hotel Festival Ul. Oleska 86 45-222 Opole	Grzegorz Rippel
3.	4 – 6 maja 2009 r.	Hotel Festival Ul. Oleska 86 45-222 Opole	Grzegorz Rippel
4.	15 – 16 czerwca 2009 r.	Hotel Carina Pokrzywna 76	Grzegorz Rippel
5.	7 – 9 września 2009 r.	Hotel Carina Pokrzywna 76	Grzegorz Rippel
6.	12 – 13 października 2009 r.	Hotel Festival Ul. Oleska 86 45-222 Opole	Grzegorz Rippel
7.	5 listopada 2009 r.	Hotel Festival Ul. Oleska 86 45-222 Opole	Grzegorz Rippel

### WSTĘPNA TEMATYKA WARSZTATÓW

METODY WARSZTATOWE: mini wykłady wprowadzające uczestników w omawiane zagadnienia, analiza studiów przypadków, dyskusje moderowane, analiza doświadczeń własnych uczestników, testy indywidualne, praca grupowa nad zadanymi ćwiczeniami, praca indywidualna (np. pisanie tekstów), wystąpienia przed kamerą  
WYKORZYSTYWANE NARZĘDZIA I MATERIAŁY : materiały drukowane dla uczestników (teksty, studia przypadków), prezentacja w Power Point, kamera, dyktafon, laptop + projektor multimedialny, Internet

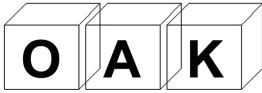
Dzień szkolenia	Zagadnienia
1	Wprowadzenie do zagadnień public relations- definicje i istota PR, historia PR-u, funkcjonowanie i miejsce public relations i rzecznika prasowego w organizacji, PR wewnętrzne i zewnętrzne, analiza otoczenia organizacji jako grupy docelowej, rola opinii publicznej, PR a dziedziny pokrewne (PR i marketing, PR i dziennikarstwo, PR i reklama itd.)
2	Tworzenie strategii PR i komunikowanie w PR - określanie- diagnoza sytuacji wyjściowej - badania opinii publicznej- analiza otoczenia organizacji i identyfikacja



UNIA EUROPEJSKA  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



	<p>grup otoczenia (metody, techniki i narzędzia badawcze)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- planowanie działań PR dla organizacji (konkretyzacja celów i zadań, budżetowanie, harmonogramy działań, powierzanie działań pracownikom)</li> </ul>
3	<p>PR wewnętrzne organizacji</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- PR a ZZL w organizacji</li> <li>- PR a konflikty wewnętrzne w organizacji- diagnoza i przebieg sytuacji konfliktowych</li> <li>- Corporate Identity organizacji</li> <li>- kultura organizacyjna i jej wpływ na funkcjonowanie PR-u wewnętrznego</li> <li>- system komunikacji wewnętrznej- narzędzia komunikacji wewnętrznej</li> <li>- badania wewnętrzne (np. opinii pracowników)</li> </ul>
4	<p>PR zewnętrzne organizacji: media relations czyli kształtowanie relacji z mediami</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- charakterystyka mediów i ich specyfika pracy dziennikarza</li> <li>- materiały prasowe</li> <li>- konferencje prasowe</li> <li>- wywiady</li> <li>- sprostowania</li> </ul>
5	<p>Kreowanie wizerunku osób i autoprezentacja</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- komunikacja werbalna i niewerbalna</li> <li>- ubiór, dodatki, makijaż itd.</li> <li>- wystąpienia publiczne- praca z audytorium- zasady i reguły</li> <li>- savoir- vivre</li> </ul>
6	<p>Budowanie relacji ze społecznościami lokalnymi i Społeczna Odpowiedzialność Biznesu (CSR)</p>
7	<p>Zarządzanie sytuacją kryzysową w organizacji</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- rodzaje kryzysów</li> <li>- przygotowywanie planów działań</li> <li>- przygotowywanie informacji w sytuacjach kryzysowych</li> </ul>
8	<p>Ćwiczenia praktyczne- wystąpienia przed kamerą i analiza wystąpień, nagrywanie rozmów i analiza (symulacja wystąpień radiowych)</p>
9	<p>Wydawnictwa jako element kształtowania wizerunku organizacji</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- zasady opracowywania tekstów</li> <li>- informatory, teksty reklamowe</li> <li>- prasa wewnętrzna</li> <li>- raporty, sprawozdania</li> <li>- zasady przygotowywania materiałów do druku (współpraca z agencjami reklamowymi, drukarniami)</li> <li>- zasady doboru materiału fotograficznego</li> </ul>
10	<p>Organizacja imprez</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- konferencje, seminaria</li> <li>- „drzwi otwarte”</li> <li>- targi, wystawy</li> <li>- imprezy pracownicze</li> </ul>



„Opolska Akademia Komunikacji w zakresie bezpieczeństwa i porządku publicznego”  
Priorytet VIII PO KL Podziałanie 8.1.1

11	Specyficzne formy PR: sponsoring, lobbying, mecenat- przykłady, zagrożenia i szanse
12	PR organizacji w Internecie
13	Ćwiczenia praktyczne- case, wystąpienia przed kamerą, pisanie i redagowanie tekstów itp.
14	Ćwiczenia praktyczne- case i podsumowanie szkolenia

\* Tematyka warsztatów może być modyfikowana odpowiednio do Państwa potrzeb.



**KAPITAŁ LUDZKI**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

**UNIA EUROPEJSKA**  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego