

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

HARMONOGRAM SZKOLEŃ MODUŁU PUBLIC RELATIONS – GR. B

Grupa B

L.P.	DATA SZKOLENIA	MIEJSCE SZKOLENIA	PROWADZĄCY
1.	25 – 26 lutego 2009 r.	Hotel Carina Pokrzywna 76	Grzegorz Rippel
2.	7 kwietnia 2009 r.	Hotel Festival Ul. Oleska 86 45-222 Opole	Grzegorz Rippel
3.	7 – 9 maja 2009 r.	Hotel Carina Pokrzywna 76	Grzegorz Rippel
4.	17 – 18 czerwca 2009 r.	Hotel Carina Pokrzywna 76	Grzegorz Rippel
5.	10 – 12 września 2009 r.	Hotel Villa Park Ul. Czogały 1 Opole - Groszowice	Grzegorz Rippel
6.	14 – 15 października 2009 r.	Hotel Festival Ul. Oleska 86 45-222 Opole	Grzegorz Rippel
7.	6 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

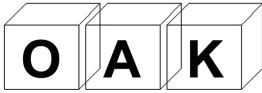
Dzień szkolenia	Zagadnienia
1	Wprowadzenie do zagadnień public relations- definicje i istota PR, historia PR-u, funkcjonowanie i miejsce public relations i rzecznika prasowego w organizacji, PR wewnętrzne i zewnętrzne, analiza otoczenia organizacji jako grupy docelowej, rola opinii publicznej, PR a dziedziny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



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



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



„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.



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY

