

JAK SKUTECZNIE PROWADZIĆ KOMUNIKACJĘ Z MEDIAMI W JST? ZASADY FUNKCJONOWANIA BIURA PRASOWEGO, ZESPOŁU DS. PROMOCJI I RZECZNIKÓW PRASOWYCH

WAŻNE INFORMACJE:

Sprawne biuro prasowe czy specjalista ds. promocji i komunikacji z mediami, rzecznik prasowy w administracji publicznej koordynuje i prowadzi działania związane z zewnętrzną komunikacją jednostki, wspierając budowanie jej wizerunku i zaufanie wśród interesariuszy. Podczas proponowanego szkolenia wskażemy w jaki sposób sprawnie budować i kształtować strategią informacyjną, jak planować i realizować działania PR, a także utrzymywać pozytywny wizerunek jednostki. Omówimy zasady budowy i realizacji skutecznej komunikacji w biurze prasowym, zespole promocji i kontaktu z mediami w administracji publicznej. Wskażemy na zasady współpracy tych zespołów czy też specjaliści ds. promocji i kontaktu z mediami czy rzecznika prasowego z innymi pracownikami urzędu. Prezentowane zagadnienia będziemy omawiać w oparciu o przykłady, wskazując dobre praktyki które będzie można wdrożyć w swojej jednostce, tak żeby sprawnie realizować politykę informacyjną danej jednostki.

CELE I KORZYŚCI ZE SZKOLENIA:

- Przedstawienie podstawowych zasad funkcjonowania biura prasowego, zespołu ds. promocji i komunikacji z mediami czy też rzecznika prasowego.
- Zapoznanie z zasadami i technikami skutecznej komunikacji w biurze prasowym.
- Podniesienie umiejętności w zakresie pisania i redagowania materiałów dla mediów.
- Zdobywanie wiedzy na temat roli i funkcji biura prasowego, zespołu ds. promocji i komunikacji z mediami czy też rzecznika prasowego oraz sposobów, w jakie może ono wpływać na wizerunek instytucji.
- Zapoznanie ze sposobami skutecznego zarządzania sytuacjami kryzysowymi.
- Poznanie odpowiedzi na najczęściej pojawiające się pytania i wątpliwości z zakresu tematu zajęć:
 - Jakie są najważniejsze zasady komunikacji z mediami?
 - Jakie są podstawowe narzędzia i techniki wykorzystywane w pracy z mediami?
 - Jakie są trendy i nowe narzędzia w PR, które warto uwzględnić w swojej pracy?

PROGRAM:

1. Budowanie komórek do spraw promocji i komunikacji w jst:

- Strategia i struktura biura prasowego, zespołu promocji i rzecznika prasowego.
- Wybrane narzędzia komunikacji zewnętrznej i ich wykorzystanie w praktyce np. materiały prasowe, newslettery, media społecznościowe itp.
- Planowanie i realizacja działań z zakresu komunikacji w jednostce administracji publicznej.

- Znaczenie monitoringu dla realizacji celów biura, zespołu promocji i rzecznika prasowego.
 - Współpraca z innymi komórkami instytucji w ramach realizacji zadań.
- 2. Podstawowe zasady funkcjonowania:**
- Rola i zadania oraz wymagania i oczekiwania w zespołach ds. komunikacji z mediami.
 - Współpraca z mediami - przygotowywanie konferencji prasowych, materiałów prasowych, zasady kontaktów z dziennikarzami itp.
 - Zasady organizacji współpracy z kierownictwem jednostki i innymi komórkami instytucji.
 - Budowanie relacji z interesariuszami jednostki administracji.
- 3. Kreowanie wizerunku jednostki administracji publicznej:**
- Jak budować i wspierać pozytywny wizerunek jednostki.
 - Strategie komunikacji oparte na wartościach i misji.
 - Budowanie wiarygodności i zaufania w oczach interesariuszy.
- 4. Zarządzanie sytuacją kryzysową:**
- Jak przygotować się na kryzysy?
 - Jak reagować na niekorzystne informacje i wydarzenia?
 - Wybrane case studies z zakresu komunikacji kryzysowej np. incydenty bezpieczeństwa publicznego, konflikty społeczne czy awarie.
- 5. Ćwiczenia praktyczne m.in.:**
- **Przygotowywanie materiałów prasowych.**
 - **Organizacja briefingów i konferencji prasowych.**
- 6. Posumowanie.**

ADRESACI:

Pracownicy administracji publicznej, pracownicy biura prasowego, pracownicy zespołów ds. promocji i komunikacji z mediami czy też rzecznika prasowego oraz osoby odpowiedzialne za relacje z mediami, rzecznicy prasowi.

PROWADZĄCY:

Pracownik sektora publicznego, który od 15 lat jest związany z branżą public relations i zintegrowanej komunikacji marketingowej. Na różnych stanowiskach związanych z komunikacją i marketingiem realizował projekty m.in. dla sektora finansów publicznych. Odpowiadał również za kampanie CSR i PR regionów. Przez wiele lat był rzecznikiem prasowym. Zajmował się również komunikacją w największym polskim portalu społecznościowym nk.pl. Jest absolwentem politologii, filozofii, a także podyplomowych studiów z public relations.

Jak skutecznie prowadzić komunikację z mediami w jst? Zasady funkcjonowania biura prasowego, zespołu ds. Promocji i rzeczników prasowych



Szkolenie będziemy realizowali w formie webinarium on line.



16 czerwca 2023 r.

Szkolenie w godzinach 10:00-14:00



Cena: 385 PLN netto/os. Udział w szkoleniu zwolniony z VAT w przypadku finansowania szkolenia ze środków publicznych.

CENA zawiera:

udział w profesjonalnym szkoleniu on-line z możliwością zadawania pytań, materiały szkoleniowe w wersji elektronicznej, certyfikat ukończenia szkolenia.

DANE

DO KONTAKTU: Fundacja Rozwoju Demokracji Lokalnej Centrum Szkoleniowe w Łodzi
ul. Jaracza 74, 90-242 Łódź
tel. 535 175 301 biuro@frdl-lodz.pl

DANE UCZESTNIKA ZGŁASZANEGO NA SZKOLENIE

Nazwa i adres nabywcy
(dane do faktury)

Nazwa i adres odbiorcy

NIP

Telefon

1. **Imię i nazwisko uczestnika**, stanowisko,
E-MAIL i TEL. DO KONTAKTU

2. **Imię i nazwisko uczestnika**, stanowisko,
E-MAIL i TEL. DO KONTAKTU

Oświadczam, że szkolenie dla ww. pracowników jest kształceniem zawodowym finansowanym w całości lub co najmniej 70% ze środków publicznych (proszę zaznaczyć właściwe)

TAK

NIE

Proszę o przesłanie faktury na adres mailowy:

Proszę o przesłanie certyfikatu na adres mailowy:

Dokonanie zgłoszenia na szkolenie jest równoznaczne z zapoznaniem się i zaakceptowaniem regulaminu szkoleń Fundacji Rozwoju Demokracji Lokalnej zamieszczonym na stronie Organizatora www.frdl-lodz.pl oraz zawartej w nim Polityce prywatności i ochrony danych osobowych.

Zgłoszenia prosimy przesyłać do 12 czerwca 2023 r.

UWAGA! Liczba miejsc ograniczona. O udziale w szkoleniu decyduje kolejność zgłoszeń. Zgłoszenie na szkolenie musi zostać potwierdzone przesłaniem do Ośrodka karty zgłoszenia. Brak pisemnej rezygnacji ze szkolenia najpóźniej na trzy dni robocze przed terminem jest równoznaczny z obciążeniem Państwa należnością za szkolenie niezależnie od przyczyny rezygnacji. Płatność należy uregulować przelewem na podstawie wystawionej i przesłanej FV.

Podpis osoby upoważnionej _____