

**PODYPLOMOWE STUDIA  
PUBLIC RELATIONS I ZARZĄDZANIE KRYZYSOWE  
2010/2011**

**Strategie Public Relations**

**1. Strategie PR w zarządzaniu (8 godz.)**

PR w Polsce i na świecie \* Podstawowe pojęcia i środki komunikacji \* Istota public relations \* External i Internal PR \* funkcja i rola PR \* budowanie strategii PR \* PR w strukturze organizacyjnej firmy \* public relations jako zawód \* współpraca z agencjami public relations \* działalność stowarzyszeń zawodowych i kodeks etyczny public relations \* Ocena skuteczności działań PR

**2. Kampanie PR: studium przypadków (8 godz.)**

PR korporacyjny \* PR produktu \* PR w instytucjach non-profit, rządowych i samorządowych. Kampanie społeczne \* Marketing polityczny \* budżet PR \* Sponsoring

**3. Prawne aspekty PR (4 godz.)**

prawne aspekty wykonywania pracy w zakresie public relations \* dobra osobiste i ich ochrona prawna \* prawne aspekty przyrzeczenia publicznego, wprowadzenia w błąd \* pojęcie i zasady ochrony tajemnicy państwowej, służbowej i gospodarczej \* prawo a etyka

**4. Prawo prasowe (6 godz.)**

zagadnienia ogólne prawa prasowego \* uprawnienia i obowiązki dziennikarza \* sprostowania i odpowiedzi \* komunikaty i ogłoszenia \* prawo autorskie a prasa \* dostęp do informacji publicznych

**5. Lobbying a Public Affairs. Relacje inwestorskie. (6 godz.)**

PR a lobbying, Public Affairs \* rodzaje działań lobbingowych \* prawne i etyczne metody działań lobbingowych \* metody pozyskiwania inwestorów \* przygotowanie materiałów informacyjnych o firmie \* obowiązek udzielania informacji o stanie firmy w świetle przepisów Giełdy Papierów Wartościowych \* przygotowanie materiałów w przypadku sytuacji kryzysowej.

**6. Wykorzystanie Internetu i nowoczesnych technologii w kampaniach PR (8 godz.)**

Internet w organizacji jako narzędzie komunikacji (portale korporacyjne, wortale tematyczne, dostępne narzędzia komunikacyjne) \* Intranet, Extranet, poczta elektroniczna \* strony www \* edytory wortali informacyjnych do błyskawicznego reagowania i możliwości zmian \* wykorzystanie serwisów internetowych \* prezentacje multimedialne i ich wykorzystanie w komunikacji \* wykorzystanie sieci mobilnej telefonii komórkowej do zaawansowanych usług informacyjnych w firmie

## Marketing a PR

### **1. Komunikacja marketingowa a PR (4 godz.)**

Podstawowe funkcje marketingu \* rola informacji w zarządzaniu marketingowym\*  
komunikacja marketingowa \* reklama a PR \* funkcja i rola reklamy reklama jako element  
wsparcia w sytuacji kryzysowej

### **2. Zarządzanie marketingowe (4 godz.)**

kampanie reklamowe \* BTL \* komunikacja b2b, b2c \* tworzenie więzi z klientami poprzez  
programy lojalnościowe, kluby klientów, itp. \* wykorzystanie więzi z klientem w sytuacji  
kryzysowej \* marketing bezpośredni

### **3. Rola i funkcja badań społecznych i rynkowych (4 godz.)**

przegląd metod i technik badawczych \* procedura badań \* zasady współpracy z agencją  
badań rynkowych \* analiza i interpretacja danych narzędzia i instrumenty promocji

## Media Relations

### **1. Media Relations (8 godz.)**

charakterystyka mediów - rynek mediów w Polsce i na świecie \* mailing lista \* baza danych  
dziennikarzy \* formy współpracy z mediami \* rodzaje informacji prasowych  
\*charakterystyka informacji prasowej organizacja konferencji prasowych \* press kit

### **2. Rzecznik prasowy i techniki dziennikarskie (8 godz.)**

\* techniki dziennikarskie: zasady komunikacji z mediami - udzielanie wywiadów dla prasy,  
radia i telewizji \* monitoring serwisów informacyjnych \* modyfikacja standardów w sytuacji  
kryzysowej.

**3. Praca z tekstem w PR (4 godz.)** warunki skutecznego pisania \* struktura tekstu \* rola i  
formułowanie tytułu \* redakcja tekstu i informacji na użytek prasy \* pisanie sprawozdań i  
raportów na potrzeby firmy.

### **4. Praca z kamerą - praca w grupach (8 godz.)**

### **5. Warsztaty w mediach: radio, TV (8 godz.)**

## Kryzysowe PR

### **1. Zarządzanie kryzysowe w PR (8 godz.)**

profilaktyczne i kryzysowe PR \* definicja i istota kryzysu \* rodzaje i fazy kryzysów \*  
uczestnicy kryzysów \* procedura postępowania w sytuacji kryzysowej \* podręcznik

zarządzania kryzysowego \* książka alarmowa; struktura i działalność sztabów kryzysowych \* zarządzanie kryzysem a komunikacja w sytuacji kryzysowej \* komunikacja z mediami podczas kryzysu. Konsekwencje kryzysu \* symulacja sytuacji kryzysowej -  
- warsztat.

## **2. Współpraca z instytucjami w zarządzaniu kryzysowym (4 godz.)**

komunikowanie się z instytucjami zaangażowanymi do rozwiązania sytuacji kryzysowej \* policja \* straż pożarna \* służba zdrowia \* spotkania z rzecznikami prasowymi poszczególnych instytucji

## **3. Nowoczesny monitoring mediów w zarządzaniu kryzysowym (4 godz.)**

wykorzystanie monitoringu mediów do tworzenia systemów wczesnego ostrzegania \* możliwości weryfikacji przyjętej strategii antykryzysowej \* postrzeganie sytuacji kryzysowej przez media i otoczenie \* monitoring mediów elektronicznych

## **Internal PR**

### **1. Komunikacja wewnętrzna - Internal PR (8 godz.)**

rola i zadania komunikacji wewnętrznej \* system komunikacji wewnętrznej w firmie \* kultura organizacji \* wykorzystanie public relations wewnętrznego w celu kreowania wizerunku firmy \* badania opinii pracowniczych -pozapłacowe formy motywowania pracowników \* pozyskiwanie pracowników jako grupy wsparcia dla zespołu anty-

### **2. Corporate identity - system identyfikacji wizualnej firmy (4 godz.)**

księga identyfikacji wizualnej \* podstawowe elementy \* wizualne \* druki firmowe \* kolory firmowe - \* budowa i zasady tworzenia logotypu \* systemy zapisów plików graficznych \* elementy identyfikacji zewnętrznej firmy

### **3. Drukowane wydawnictwa firmowe. Tworzenie profesjonalnych gazetek skierowanych do pracowników (4 godz.)**

### **4. Eventy - organizacja imprez (4 godz.)**

event a strategia firmy, instytucji \* - rodzaje imprez \* zasady organizacji imprez \* imprezy maso-we - Analiza sytuacji wyjściowej - plan przygotowania imprezy - case study. \* Imprezy specjalne.

### **5. Kształtowanie wizerunku osób w biznesie. (8 godz.)**

savoir-vivre menedżera \* symbole wizerunku \* autoprezentacja a własny styl \* pierwsze wrażenie \* wygląd \* techniki promowania i zwiększania własnej wiarygodności \* budowanie zaufania u innych \* pewność siebie a psychologiczne mechanizmy kształtowania wizerunku\* budowa wizerunku przez telefon, listownie.

## **6. Prezentacje i wystąpienia (8 godz.)**

komunikacja i środki komunikowania \* przygotowanie wystąpienia publicznego \* technika przemawiania \* argumentacja i perswazja emocjonalna \* wykorzystanie pomocy technicznych \* metody skupienia uwagi słuchaczy \* własny styl prezentacji \* panowanie nad stresem \* higiena głosu \* prezentacja firmy \* case study.

## **7. Techniki wizażu i stylizacji (6 godz.)**

### **Przedmioty uzupełniające:**

#### **1. Podstawy zarządzania (4 godz.)**

zarządzanie strategiczne \* wybrane metody analizy strategicznej \* wizja i misja firmy \* struktury organizacyjne \* style kierowania \* zarządzanie zespołami ludzkimi \* podejmowanie decyzji \* zarządzanie \* Work-Out w firmie.

#### **2. Psychologia w biznesie (8 godz.)**

komunikacja interpersonalna \* wykorzystanie NLP w celu poprawy skuteczności komunikacji \* mowa ciała \* kreatywność w biznesie \* kreatywne myślenie \* podejmowanie decyzji w warunkach stresu \* asertywna komunikacja \* psychologia tłumu \* psychologia grup społecznych \* Inteligencja emocjonalna

#### **3. Komunikacja interkulturowa i etyka w biznesie (6 godz.)**

definicja kultury \* kultura biznesu \* misja i wartości firmy\* szok kulturowy \* kontakty z cudzoziemcami \* zasady komunikacji interkulturowej \* globalizacja w biznesie \* zarządzanie międzykulturowe w firmie \* zasady etyczne w praktyce życia gospodarczego \* protokół dyplomatyczny i kultura przedsiębiorczości \* korespondencja \* bilety wizytowe \* organizacja spotkań oficjalnych i przyjęć

#### **4. Negocjacje (8 godz.)**

istota i cele negocjacji \* podstawowe style negocjowania techniki negocjacyjne \* style i strategie negocjowania \* umiejętność skutecznego negocjowania (wykorzystanie technik komunikacji interpersonalnej oraz postaw asertywnych) \* konflikt a negocjacje. erystyka - sztuka prowadzenia sporów \* wykorzystanie fachowego negocjatora w sytuacjach kryzysowych \* etapy negocjacji \* socjotechnika w negocjacjach \* techniki i taktyki negocjacyjne \* zakończenie negocjacji \* zasady pisania umowy.

#### **5. Konsultacje (8 godz.)**

**TEST – 1h**

**EGZAMIN – 3h**

**10 miesięcy nauki**

**180 godzin zajęć**

**10 zjazdów**