

Public Relations w instytucji publicznej

Kadra zarządzająca większości instytucji docenia znaczenie budowania wizerunku i marki w mediach oraz wartości, jakie daje komunikacja zewnętrzna ze społeczeństwem rozumianym także jako społeczność lokalna. Wydziały lub samodzielne stanowiska ds. PR stały się nieodłącznym elementem struktury administracji publicznej. Struktura ta jest stopniowo rozbudowywana i przenoszona do instytucji podległych, jednostek samorządowych i zakładów publicznych. Celem szkolenia jest zaprezentowanie zasad i technik działania PR w nowoczesnej instytucji publicznej i gminie. Konsekwencją będzie wzrost poparcia społecznego dla władz instytucji i dla działań, które realizują one na rzecz dobra wspólnego obywateli. Szkolenie obejmuje również elementy PR instytucji lub gminy na poziomie Unii Europejskiej



GRUPA DOCELOWA:

Szkolenie adresowane jest do: rzeczników prasowych, PR-managerów, doradców i asystentów ds. mediów lub promocji. Mogą z niego skorzystać również urzędnicy wysokiego szczebla, którzy byli, są lub planują dalej być związani z PR i budowaniem relacji z mediami

WYKSZTAŁCENIE POSTAW:

- Nastawienia na komunikację i skuteczne budowanie relacji publicznych
- Nawyków prawidłowego komunikowania się z publicznością instytucji
- Koncentracji na uzyskaniu celu – skutecznym PR instytucji
- Pewności siebie i skutecznym eliminowaniu tremy przed przemawianiem lub kamerą
- Zrozumienia kim jest publiczność instytucji i na co zwraca uwagę



NABYCIE UMIEJĘTNOŚCI:

- Prawidłowego doboru narzędzi PR do publiczności instytucji
- Analizy publiczności i wyboru skutecznych elementów PR
- Kreowania wydarzeń za pomocą słów
- Budowania wizerunku instytucji bez wykorzystania słów
- Skutecznego komunikowania się i tym samym osiągnięcia wyznaczonych celów instytucji
- Prezentacji treści mediom i w mediach



ZDOBYCIE I UTRWALENIE WIEDZY:

- Realizacji PR urzędu przy wykorzystaniu zawsze za małych środków budżetowych instytucji na promocję
- O public relations urzędu jak sztuce budowania relacji publicznych z wykorzystaniem także innych narzędzi niż w PR biznesowym
- Stworzenia sieci komunikacyjnej, która ułatwi realizację public relations w instytucji
- Kreowania wydarzeń medialnych
- Budowania i utrzymywania kontaktów z dziennikarzami
- Wykorzystania innych narzędzi marketingu do public relations

Szkolenie zostało skonstruowane z myślą o PR-owcach, którzy:

- zdobywali wiedzę i doświadczenie w instytucjach prywatnych
- zajmują się promocją swoich instytucji od lat i potrzebują przypomnienia wiedzy oraz uzyskania informacji o nowych pomysłach na dalszy PR

PR instytucji publicznej w praktyce różni się od budowania relacji firmy. Osoby zajmujące się PR w urzędach, spółkach państwowych i samorządowych skoro w nich pracują mają już ogólną wiedzę na ten temat. Dlatego korzyścią szkolenia nie jest zdobycie wiedzy tylko jej przypomnienie lub uzupełnienie. Korzyści są więc klasyczne dla aktywnego PR-owca: pomysły, kontakty i wymiana doświadczeń.

W efekcie przekłada się to na:

- ułatwienie pracy,
- zaoszczędzenie czasu,
- realizację efektywnych pomysłów,
- w konsekwencji na awans, uznanie zdolności PR i satysfakcję

Program szkolenia

- 1. Rola PR i promocji w nowoczesnie zarządzanej instytucji. Podstawowe cele skutecznego Public Relations w instytucji macierzystej i jej oddziałach**
- 2. Co jest skuteczniejsze i tańsze: zlecenie PR specjalistycznej agencji, czy zbudowanie lub poprawa struktury PR w administracji ?**
- 3. Urząd -media-społeczeństwo. Skuteczne komunikowanie się z otoczeniem urzędu i gminy**
 - na poziomie gminy i mediów lokalnych
 - na poziomie powiatu i województwa i mediów regionalnych
 - na poziomie kraju i mass mediów
 - na poziomie Unii Europejskiej
 - media branżowe i społecznościowe
- 4. Strategia PR instytucji i gminy**
 - cele i podstawy planowania w PR
 - dopasowanie narzędzi PR do sytuacji i polityki gminy
- 5. Prezentacja burmistrza, dyrektora, naczelnika jako element budowy wizerunku instytucji**
- 6. Zasady współpracy z mediami i formułowanie przekazu korzystnego dla samorządu i instytucji. Oczekiwania dziennikarzy od managerów jednostek samorządowych i rządowych oraz od specjalistów ds. PR, czyli jak czytelnie i profesjonalnie przygotować**
 - komunikat i informację prasową
 - opracowanie prasowe
 - konferencję i briefing prasowy
 - oświadczenie
- 7. Wypowiedz w radio, przed kamerą i wystąpienie publiczne – jak uniknąć stresu i jak wykreować swój wizerunek**
- 8. Komunikacja i PR w Internecie**
- 9. Jak „nie dać się wodzić za nos”, czyli prawa i zasady rzetelnej komunikacji i dobrych relacji z dziennikarzami:**
 - obowiązki dziennikarza – wybrane zagadnienia prawne
 - ochrona przed manipulacją przekazu
 - wiarygodny i pozytywny komunikat
 - sprostowanie jako ostateczność

10. Różnice w przekazie, czyli jak prawidłowo i skutecznie wykorzystać różne media do prezentacji instytucji i jej polityki:

- media elektroniczne
- Internet
- media drukowane
- media branżowe

11. Rzecznik prasowy a wystąpienia publiczne władz instytucji i gminy

12. Jak wykreować wydarzenia medialne

- imprezy okolicznościowe
- koncerty charytatywne
- przygotowanie innych wydarzeń medialnych
- patronat medialny i imprezy masowe
- kampanie społeczne jako element kreacji wizerunku gminy i administracji

13. Relacje i konsultacje ze społecznością lokalną – inne metody prezentacji gminy i administracji

14. PR gminy jako szansa na pozyskanie inwestorów

15. Zadania pracowników w promowaniu instytucji i oddziałów

16. Wykorzystanie organizacji pozarządowych i partnerów społecznych do kreacji wizerunku gminy i administracji w relacjach z mediami

17. Wszystko pod kontrolą - Public Relations kryzysowe

18. Pytania i odpowiedzi.



- wiedza i doświadczenie trenera – a co za tym idzie liczne przykłady obrazujące PR w innych instytucjach
- prezentacja multimedialna
- dyskusja i burze mózgów
- ćwiczenia indywidualne i grupowe, w tym symulacja najczęściej występujących sytuacji z dziennikarzami
- praca z kamerą
- case study



Powyższy program szkolenia jest autorskim programem trenera/partnera Centrum Edukacji i Biznesu. Wszystkie materiały chronione są prawami autorskimi ich autorów i właścicieli. Kopiowanie, modyfikowanie oraz transmitowanie elektronicznie lub w inny sposób, powielanie, wykorzystywanie i dystrybucja zawartych tu materiałów dozwolona jest wyłącznie za zgodą właściciela.