



Akademia PR Managera 360° - LEVEL BASIC

PROGRAM

Budowanie strategii public relations

Paulina Smaszcz-Kurzajewska, ekspert PR i komunikacji, konsultant biznesu, mentorka

- Działania PR i komunikacja jako inwestycja biznesowa. Dlaczego PR ma zły PR?
- Jak odróżnić działania public relations od działań marketingowych, reklamowych i CSR-owych? Jaka jest rola marketingu, a jaka PR-u?
- Jak departament PR, jako dział kosztowy, może uzupełniać departamenty przychodowe oraz jak nie popaść w rywalizację?

Jak osiągnąć sukces PR? Jak z niewielkim budżetem zespół PR zbudował konsekwentnie sukces medialny i środowiskowy serialu premium „BELFER. Część 1”?

Paulina Smaszcz-Kurzajewska, ekspert PR i komunikacji, konsultant biznesu, mentorka

Jak budować strategię PR marki, która jest start-upem? Case study marki Bodybar

Anna Kujawska, menedżer studia beauty & fitness Bodybar

Relacje z mediami

Piotr Zieliński, dziennikarz, właściciel agencji doradztwa medialnego MediaLeaders

- Dobre praktyki tworzenia bazy mediów i mapy mediów
- Jaką formę kontaktu z dziennikarzami wybrać?
- Rodzaje materiałów prasowych
- Wskazówki przydatne w budowaniu trwałych relacji z mediami
- Jak "karmić" media i zainteresować tematem?
- Co irytuje dziennikarzy i dlaczego pojawia się brak zrozumienia?
- Specyfika pracy mediów

Komunikacja. Copywriting

Paulina Smaszcz-Kurzajewska, ekspert PR i komunikacji, konsultant biznesu, mentorka

- Umiejętność dobrego komunikowania werbalnego, parawerbalnego, behawioralnego
- Odpowiednie zastosowanie języka emocji w zależności od sytuacji
- Szybkość reakcji werbalnych w zarządzaniu sobą i zespołami ludzkimi w firmie
- Warsztat copywriterski: poprawność językowa i najczęściej popełniane błędy (mowa, przemowy, korespondencja e- mailowa wewnątrz i na zewnątrz firmy)
- Wzory skutecznych komunikatów, przemówień, komentarzy w social mediach - analiza języka i stylu wypowiedzi, który ma przynieść określony skutek



Czy PR może sprzedawać?

Karina Niewczas, konsultant medyczny, zawodowo związana z działem sprzedaży

- Sprzedaż odmieniona przez przypadki: kto, co, komu, czemu w sprzedaży oraz komu, co w PR?
- Jak działania PR przekładają się na wyniki sprzedaży?
- Jak PR może wspierać działania w sprzedaży?
- Case study. Techniki dobrej współpracy

Prawo i etyka w działaniach PR

dr adw. Anna Wilińska-Zelek, adwokat z Kancelarii FILIPIAKBABICZ

Paulina Smaszcz-Kurzajewska, ekspert PR i komunikacji, konsultant biznesu, mentorka

- Prawo w pracy PR Managera 360° - autoryzacja, sprostowanie, prawa autorskie, ochrona wizerunku, RODO
- Formy naruszenia wizerunku w mediach - jak zapobiegać i przeciwdziałać? Case study
- "Twórcza kradzież", czyli co robić, gdy inne podmioty kopią nasze pomysły PR?
- Na co zwracać uwagę w umowach z podwykonawcami, by chronić wizerunek i interesy marki?
- Etyka PR Managera 360°

Po każdym szkoleniu uczestnicy mają możliwość **indywidualnych, bezpłatnych konsultacji** z prowadzącym.