

Oferta Szkoleniowa

Dostosujemy program warsztatów do poszczególnych grup zawodowych, żeby precyzyjnie podnosić kwalifikacje

Skuteczna autoprezentacja

Opis modułu:

Uczestnicy trenują kreowanie wizerunku, autoprezentację, panowanie nad mową, emocjami, gestykulacją i mimiką.

Chodzi o naturalne zmniejszenie dystansu między nadawcą, a odbiorcami podczas wystąpień publicznych, prezentacji, konferencji branżowych, narad eksperckich, rozmów z przełożonymi i klientami.

Szczegółowy program:

1. **Analiza audytoriów i specyfiki odbiorców.** Dopasowanie treści i formy wystąpienia do oczekiwań publiczności.
2. **Praca nad wymową.** Dobór słów, forma, dynamika i czas przekazu. Dykcja, artykulacja i tembr głosu – jasność przekazu.
3. **Nagrania krótkich prezentacji bezpośrednio do kamery.**
4. **Omówienie nagrań** – silne i słabe strony, przydatne wskazówki, praca indywidualna i grupowa.
5. **Praca nad przekazem** – pauzy, pytania, wtrącenia, przykłady. Jak utrzymać dobry i aktywny kontakt z odbiorcami.
6. **Wplatanie w prezentacje trudnych elementów.** Cytaty z ustaw,

rozporządzeń i wytycznych.

7. **Metody wzmacniające przekaz.** Hasła, słowa klucze. Logiczny szlak myślenia i prezentacji, modulacja głosu, akcentowanie.
8. **Komunikacja pozawerbalna.** Postawa, gestykulacja, mimika, kontakt wzrokowy.
9. **Rekwizyty.** Sięganie po dokumenty, korzystanie z infografik, środków wzmacniających przekaz lub odciągających uwagę od naszych słabości.
10. **Wygląd zewnętrzny.** Strój, fryzura, biżuteria, cechy indywidualne.
11. **Opanowanie stresu i kontrola emocji.**
12. **Techniczne elementy prezentacji.** Kamery, mikrofony, aparaty, dodatkowe oświetlenie. Jak się ustawić, jak trzymać mikrofon, co robić podczas aktywności fotoreporterów?
13. **Poprawa zachowań przed kamerą w czasie rzeczywistym.** Utrwalanie dobrych reakcji medialnych i publicznych.
14. **Indywidualne konsultacje.** Dodatkowe pytania.

Wystąpienia publiczne

Opis modułu:

Specjalne warsztaty dla osób publicznych pomogą przygotować się do wywiadów telewizyjnych, radiowych i prasowych.

Nauczymy radzić sobie z trudnymi pytaniami oraz jak właściwie zaprezentować swoją osobę / temat podczas konferencji prasowych, rozmów w studio, nagrań do spotów.

Szczegółowy program:

1. **Inscenizacja nagrania.** Wywiad, sonda, spot, wystąpienie, oświadczenie.
2. **Organizacja konferencji prasowej.** Różne warianty i praktyczne wskazówki: stojąc / siedząc/ stoły / mównice / mikrofony na stojakach. Umieszczenie logo, infografik, rollupów, reklam, plakatów, napisów, zdjęć itp.
3. **Zagospodarowanie przestrzeni medialnej.** Jak wybrać miejsce, co uwidocznić w tle.
4. **Kadrowanie ma olbrzymie znaczenie.** Zasady filmowania przez operatorów kamer telewizyjnych. Jak się ustawiać do kamery. Jak ważne jest oświetlenie. Sylwetka, trzymanie rąk, mimika i mowa ciała. Współpraca z dziennikarzem i operatorem. Wygląd, make-up, dobór stroju do nagrania.
5. **Fotoreporterzy w akcji.** Na co czekają i jak chcą nas uchwycić?
6. **Błędy i bariery.** Trudności pojawiające się podczas wywiadów i konferencji prasowych.
7. **Jak reagować na zdarzenia nieprzewidziane.**
8. **Trudni i dociekliwi dziennikarze.** Wpadki i wypadki. Prawo do autoryzacji wypowiedzi. Odpowiedzi na pytania przesyłane do redakcji.

9. **Praca z mikrofonem.** Mikrofon czy mikroport – co i kiedy sprawdzi się lepiej?
10. **Kamery, monitory, telefony – widać nas wszędzie.** Jak nad tym zapanować?
11. **Streaming.** Relacje na żywo, udostępnianie nagrania.
12. **Rejestracja nagrania do kamery i prezentacja z głosem i bez.** Jak zmienia się przekaz gdy nas tylko widać lub słyszeć? Mowa ciała, tembr głosu, poprawność językowa, dykcja, akcent.
13. **Wywiad, a wypowiedź swobodna.**
14. **Udział w programie publicystycznym i informacyjnym.** Jak dobrze wypaść, mówić zwięźle i na temat. Skuteczność przekazu, przyciąganie uwagi odbiorcy, różne sposoby odpowiadania.
15. **Indywidualne porady i ćwiczenia.** Wskazówki na przyszłość.

Strategie budowy relacji z mediami

Opis modułu:

Uczestnicy poznają techniki i strategie budowy dobrych relacji z mediami lokalnymi i ogólnopolskimi.

W jaki sposób nawiązać kontakt, zachęcić do współpracy, zaistnieć w newsach, felietonach, reportażach? Jak zaprzyjaźnić się z konkretnymi dziennikarzami i budować dobry wizerunek naszego urzędu, firmy, instytucji?

Szczegółowy program:

1. **Promowanie wydarzeń związanych z urzędem, instytucją, firmą.** Myślenie skierowane na odbiorcę, strategie marketingowe w promocji.
2. **Tworzenie bazy danych mediów.** Jak zaistnieć na poziomie lokalnym oraz ogólnopolskim.
3. **Pisanie treści emaila do konkretnej redakcji.** Praktyczny warsztat.
4. **Rozmowa telefoniczna z konkretną redakcją.** Dwa warianty, zachęta dziennikarza do przyjazdu oraz odpowiadanie na pytania researchera.
5. **Układanie scenariuszu realizacji relacji reporterskiej.** Dopasowanie go do oczekiwań i wytycznych redakcji.
6. **Logistyka.** Prowadzenie dziennikarza szlakiem naszych ciekawych miejsc, inwestycji, wystaw.
7. **Znani, wyjątkowi, utalentowani, młodzi** – czym się chwalić, kogo znać, do kogo mieć zaufanie, z kim budować nasz dobry wizerunek i markę osobistą lub firmową.
8. **Budowa i współdzielenie bazy ekspertów,** gotowych do udzielenie informacji, komentarzy.
9. **Kulisy pracy redakcji.** Gdzie i w jaki sposób zapadają decyzje o realizacji tematów informacyjnych, publicystycznych i reportaży.
10. **Myślenie o zasięgach.** Działamy lokalnie, a informacje o nas

rozchodzą się globalnie – media społecznościowe.

11. **Zespół prasowy.** Siła, doświadczenie i organizacja zespołu, jak działa komunikacja wewnętrzna i zewnętrzna, jak wygląda decyzyjność.
12. **Odwaga.** Poprawa słownej lub wizerunkowej wpadki szefa.
13. **Czas reakcji** – jak szybko odpowiadać, z kim konsultować.
14. **Dziennikarz – przyjaciel czy wróg.** Łowca sensacji i gadżetów.
15. **Sprostowanie, prawo do autoryzacji wypowiedzi, manipulacja.**
16. **Ciekawostki i sztuczki dziennikarskie.**

Tworzenie i redakcja treści

Opis modułu:

Uczestnicy szkolenia poznają techniki tworzenia i redagowania treści informacji publikowanych w mediach.

Nauczą się również w jaki sposób profesjonalnie posługiwać się słowem i obrazem, aby zbudować wiarygodny przekaz, zadbać o jego jakość, oraz zachęcić odbiorców do korzystania z niego.

Szczegółowy program:

1. **Treść plus obraz.** Jak poprawnie je łączyć, jakich błędów unikać.
2. **Analiza konkretnych treści.** Publikacje na stronach internetowych, w mass mediach, mediach społecznościowych, gazetkach samorządowych, materiałach wewnętrznych itp.
3. **Warsztaty pisania treści informacyjnych.** Co, gdzie, kiedy i dlaczego?
4. **Korekta gotowych tekstów.** Nauka eliminacji błędów merytorycznych, formalnych, logicznych.
5. **Co jest informacją, a co nie jest?**
6. **Budowa wartościowego przekazu.** Jak ciekawie i profesjonalnie opisać wydarzenie, jak zatrzymać odbiorcę i zachęcić do częstego korzystania z naszych publikatorów.
7. **Cienka granica śmieszności.**
8. **Prawo autorskie.** Treści źródłowe, odnośniki, cytaty.
9. **Konsekwentny układ graficzny.** Próby wyróżnienia się, bycia oryginalnym. Kopiowanie pomysłów, nuda i monotonia.
10. **Tytuły, podtytuły, backgroundy.**
11. **Nadawca – odbiorca.** Trudna sztuka pogodzenia zamiarów i oczekiwań. Dostosowanie formy i stylu tekstu do tematu, formy publikacji i adresata.
12. **Język przekazów promocyjnych.**

13. **Tworzenie i skuteczność tekstów użytkowych.**
14. **Internet – piąta władza.**
15. **Podsumowanie szkolenia.** Dodatkowa praca z oryginalnymi tekstami tworzonymi przez uczestników.