

FORMULARZ OFERTOWY

Dane Wykonawcy:

imię i nazwisko / nazwa firmy: Adept Sp. z o.o. Sp. K.
 adres: Ul. Zacna 26, 80-283 Gdańsk
 NIP: 957-104-85-07
 tel. +48 510 786 820
 e-mail: karina.lniska@adept.pl

W odpowiedzi na otrzymane zapytanie dotyczące usługi szkoleniowej na potrzeby realizacji projektu pt. „Budowanie potencjału organizacyjno-kompetencyjnego w zakresie internacjonalizacji Warszawskiego Uniwersytetu Medycznego” (NAWA08), przedstawiam następującą ofertę:

L.p.	Zakres tematyczny	Proponowany temat szkolenia		Cena netto	Stawka VAT	Cena brutto
1	wielokulturowość	1a)	Zrozumieć kulturę i wielokulturowość	3 960,00 zł	zw.	3 960,00 zł
		1b)	Rozwijamy kompetencje - komunikacja międzykulturowa	3 960,00 zł	zw.	3 960,00 zł
		1c)	Rozwijamy kompetencje - współpraca w środowisku międzykulturowym	3 960,00 zł	zw.	3 960,00 zł
2	podnoszenie znajomości specjalistycznego języka angielskiego charakterystycznego dla dokumentacji związanej z pozyskiwaniem dofinansowania ze źródeł zewnętrznych oraz jego rozliczania	2a)	Zrozumieć dokumentację grantową	7 600,00 zł	zw.	7 600,00 zł
		2b)	Rozwijamy kompetencje – współpraca w celu uzyskania wsparcia UE/ grantu	7 600,00 zł	zw.	7 600,00 zł
		2c)	Granty – dlaczego TAK?	7 600,00 zł	zw.	7 600,00 zł
3	budowanie wizerunku/marki WUM na arenie międzynarodowej	3a)	Budowanie wizerunku uczelni na arenie międzynarodowej z wykorzystaniem nowoczesnego marketingu	4 500,00 zł	zw.	4 500,00 zł
		3b)	Budowanie wizerunku uczelni na rynkach zagranicznych z wykorzystaniem social media	4 500,00 zł	zw.	4 500,00 zł
		3c)	Budowanie wizerunku uczelni na rynku międzynarodowym z wykorzystaniem działań public relations	4 500,00 zł	zw.	4 500,00 zł

Oświadczam że:

1. Cena zawiera wszystkie koszty związane z wykonaniem zamówienia.
2. Oświadczam, że zapoznałem się z warunkami zapytania ofertowego i nie wnoszę do niego żadnych zastrzeżeń.
3. W przypadku wyboru oferty, zobowiązuję się do zawarcia umowy w miejscu i terminie określonym przez Warszawski Uniwersytet Medyczny.
4. Oświadczam, że spełniam poniższe przesłanki:
 - a. nie jestem podmiotem powiązany lub zależnym, współzależnym lub dominującym w relacji z Zamawiającym w rozumieniu ustawy z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości (t.j. Dz.U. z 2013 r. poz.330 z późn.zm.);
 - b. nie pozostaję z Zamawiającym lub członkami jego organów w takich stosunkach faktycznych lub prawnych, który może budzić uzasadnione wątpliwości co do bezstronności w wyborze dostawcy towaru lub usługi, w szczególności pozostającym w związku małżeńskim, stosunku pokrewieństwa lub powinowactwa do drugiego stopnia włącznie, stosunku przysposobienia, opieki lub kurateli, także poprzez członkostwo w organach dostawcy towaru lub usługi.
 - c. nie jestem podmiotem powiązany ani podmiotem partnerskim w stosunku do Zamawiającego w rozumieniu Rozporządzenia Komisji (WE) Nr 800/2008 z dnia 6 sierpnia 2008 r. uznającego niektóre rodzaje pomocy za zgodne ze wspólnym rynkiem w zastosowaniu art.87 i 88 Traktatu (ogólne rozporządzenie w sprawie wyłączeń blokowych).
 - d. nie jestem powiązany osobowo z Zamawiającym w rozumieniu art.32 ust.2 ustawy z dnia 11 marca 2004 r. o podatku od towarów i usług (Dz.U. Nr 54, poz.535 z późn.zm.).

05.06.2020 r.

Członek zarządu

Ewa Kaszyńska

.....
data i czytelny podpis Wykonawcy

Załączniki do oferty:

- 1) Ramowe programy szkoleń.

*jeśli dotyczy

1a) Zrozumieć kulturę i wielokulturowość

Program szkolenia:

1. Poznajmy się.

- Ćwiczenie na rozgrzewkę: Kim jestem?
- Dyskusja: Czy ludzie są tacy sami?
- Mini-wykład: Rozumienie pojęcia kultura.

2. Dyskusja - świadomość zróżnicowania i odmienności kultur:

- Jak postrzegam swoją kulturę?
- Jak postrzegam inne kultury? (skojarzenia, opisy, cechy charakterystyczne)
- Mini-wykład, dyskusja: Wymiary kultury – odniesienie do konkretnych przykładów danych krajów.

3. Burza mózgów w 4 zespołach:

- Dyskusja - człowiek z plecakiem, czyli czego uczymy się od rodziców i opiekunów?
- Mini-wykład - Pozory mylą, zjawiska na styku kultur, powstawanie barier, stereotypów, uprzedzeń.

4. Ćwiczenie - przynależność do grupy

- Ćwiczenie i dyskusja – przedstawiające eksplorację i identyfikację własnych stereotypów.
- Analiza - stereotyp w mediach.

5. Podsumowanie i zakończenie dnia szkolenia.

6. Dyskusja w zespołach - cudzoziemcy na uczelniach w Polsce:

- Nasze doświadczenia.
- Nasze spostrzeżenia.
- Znaki zapytania.

7. Rozumienie cudzoziemca w Polsce:

- Czy cudzoziemcy przybywając do nas przeżywają szok kulturowy?
- Jak się zachowują, co mogą przeżywać, czy i jak to komunikują?

8. Mini-wykład interaktywny - rozumienie, aspekty i fazy szoku kulturowego.

9. Proces adaptacji i wyzwania akulturacji

10. Rozumienie specyfiki i kultury, wartości i norm w kulturach reprezentowanych w WUM:

- USA.
- Irak.

11. Film; analiza opisu.

12. Rozumienie specyfiki i kultury, wartości i norm:

- Iran
- Ukraina

13. Podsumowanie szkolenia, wnioski: Co nas oddala, co nas zbliża?

Metody pracy:

- wykład – konsultacje.
- case studies.
- praca na autorskich arkuszach ćwiczeń.
- praca w grupach/parach.
- burza mózgów.
- dyskusja, dyskusja moderowana.

1b) Rozwijamy kompetencje - komunikacja międzykulturowa

Program szkolenia:

- 1. Burza mózgów w podgrupach:**
 - Czym jest komunikacja?
- 2. Zaczynamy od siebie - preferencje komunikacyjne i styl komunikacji.**
- 3. Dyskusja problemowa - co ma nastawienie i nawyki do komunikacji?**
- 4. Komunikacja werbalna i niewerbalna - prawda i mity.**
- 5. Ćwiczenie - czy i jak słuchamy?**
- 6. Mini-wykład interaktywny - komunikacja z różnych poziomów i co z niej wynika.**
- 7. Rozumienie wiedzy - kwestionariusz, praca wspólna.**
- 8. Jak z błahego tematu urósł gigantyczny problem, o zakłóceniach komunikacyjnych słów kilka na bazie przykładu z życia organizacji.**
- 9. Czy i jakie mamy zasady komunikacji z obcokrajowcami w WUM?**
- 10. Opisy przypadków, analiza - komunikacja międzykulturowa, jak sobie z nią poradzić?**
- 11. Jak komunikować się z osobami z poszczególnych krajów reprezentowanych w WUM?**
- 12. Podsumowanie szkolenia, wnioski.**

Metody pracy:

- wykład – konsultacje.
- case studies.
- praca na autorskich arkuszach ćwiczeń.
- praca w grupach/parach.
- burza mózgów.
- dyskusja, dyskusja moderowana.

1c) Rozwijamy kompetencje – współpraca w środowisku międzykulturowym

Program szkolenia:

1. Opisy przypadków dotyczące współpracy:

- Praca w zespołach.
- Analiza i dyskusja.

2. Wykład interaktywny - rozumienie kultury organizacyjnej i sposobu funkcjonowania w strukturach organizacji w danych krajach.

3. Wykład - budowanie otwartości na inne kultury:

- Rozumienie stresu akulturacyjnego.
- Nasze wymagania vs akceptacja odmienności.

4. Case study, analiza i omówienie - reagowanie na sytuacje trudne.

5. Dyskusja - rozumienie i rodzaje konfliktów.

6. Ćwiczenie - współpraca a sytuacja konfliktowa z reprezentantem innego kraju.

7. Opisy przypadków.

8. Dyskusja:

- Wyzwania, na co i dlaczego musimy uważać, czy i w jaki sposób stawiamy granice?
- Czy rozumiemy potrzeby i interesy drugiej strony?
- Jakie i czyje są cele?
- Co nas zniechęca?
- Jak sobie z tym radzić?
- Jak rozwiązywać sytuacje konfliktowe?

9. Zakończenie szkolenia, wnioski.

Metody pracy:

- wykład – konsultacje.
- case studies.
- praca na autorskich arkuszach ćwiczeń.
- praca w grupach/parach.
- burza mózgów.
- dyskusja, dyskusja moderowana.

Temat nr 2a: Zrozumieć dokumentację grantową

Dzień pierwszy

godz. 8-8.15

Powitanie.

Cele szkolenia, zakres i metody pracy.

godz. 8.15 – 9.30

Poznajmy się.

Ćwiczenie na rozgrzewkę: Kim jestem?

Dyskusja: Czym są granty?

Prezentacja przykładowej dokumentacji w języku angielskim

godz. 9.30-9.45 przerwa

godz. 9.45-11.30

Podstawowe informacje na temat funduszy UE – wykład interaktywny

Słownictwo charakterystyczne dla dokumentacji grantowych – czytanie ze zrozumieniem

godz. 11.30-12.00 przerwa

godz.12-13.30

analiza podstawowych wymagań w konkursie grantowym – czytanie ze zrozumieniem, analiza, dyskusja, przykłady, case studies

przerwa

godz.13.45-15.15

cd. analiza podstawowych wymagań w konkursie grantowym – czytanie ze zrozumieniem, analiza, dyskusja, przykłady, case studies

Ćwiczenie: czytanie ze zrozumieniem przykładowych wniosków o przyznanie grantów, praca indywidualna – analiza kluczowego słownictwa

przerwa

godz.15:30-16:00

Podsumowanie gramatyczne

Budowanie sformułowań w czasie Present Simple, Future Simple + słownictwo charakterystyczne dla dokumentacji grantowych

Dzień drugi

godz. 8-8.15

Powitanie. Przypomnienie: Czym są granty?

Cele szkolenia, zakres i metody pracy.

godz. 8.15 – 9.30

Dyskusja: Czym są granty?

Prezentacja oraz analiza przykładów i case studies w języku angielskim

godz. 9.30-9.45 przerwa

godz. 9.45-11.30

Podstawowe informacje na temat funduszy UE – wykład interaktywny

Słownictwo charakterystyczne dla dokumentacji grantowych – czytanie ze zrozumieniem

godz. 11.30-12.00 przerwa

godz.12-13.30

mini-wykład: rodzaje podmiotów, które mogą się ubiegać o granty - słownictwo

przerwa

godz.13.45-15.15

cd. analiza podstawowych wymagań w konkursie grantowym – czytanie ze zrozumieniem, analiza, dyskusja, przykłady, case studies

Ćwiczenie: czytanie ze zrozumieniem przykładowych wniosków o przyznanie grantów, praca w parach – analiza kluczowego słownictwa

przerwa

godz.15:30-16:00

Podsumowanie gramatyczne

Budowanie sformułowań w czasie Present Simple, Future Simple, tryb warunkowy I + słownictwo charakterystyczne dla dokumentacji grantowych

Dzień trzeci

godz. 8-8.15

Powitanie. Przypomnienie słownictwa.

Cele szkolenia, zakres i metody pracy.

godz. 8.15 – 9.30

mini wykład: prowadzenie dokumentacji merytoryczno-finansowej w j. angielskim
Prezentacja oraz analiza przykładów i case studies w języku angielskim

godz. 9.30-9.45 przerwa

godz. 9.45-11.30

Podstawowe informacje na temat funduszy UE – wykład interaktywny
Słownictwo charakterystyczne dla dokumentacji grantowych – czytanie ze zrozumieniem

godz. 11.30-12.00 przerwa

godz.12-13.30

mini-wykład: rodzaje podmiotów, które mogą się ubiegać o granty - słownictwo

przerwa

godz.13.45-15.15

cd. analiza podstawowych wymagań w konkursie grantowym – wyrażanie opinii,
argumentowanie

stosowanie spójników i tzw. *Linking words* w języku angielskim

przerwa

godz.15:30-16:00

Podsumowanie gramatyczne

Budowanie sformułowań w strona bierna Present Simple, Future Simple + słownictwo charakterystyczne dla dokumentacji grantowych

***Temat nr 2b: Rozwijamy kompetencje – współpraca w celu uzyskania wsparcia UE/
grantu***

Dzień pierwszy

godz. 8-8.15

Powitanie.

Cele szkolenia, zakres i metody pracy.

godz. 8.15 – 9.30

Poznajmy się.

Ćwiczenie na rozgrzewkę: Kim jestem? Dlaczego warto współpracować?

Dyskusja.

godz. 9.30-9.45 przerwa

godz. 9.45-11.30

Dyskusja: Czym są granty? Jak sa rodzaje grantów? Kto się może o nie ubiegać?

Prezentacja przykładowej dokumentacji w języku angielskim

godz. 11.30-12.00 przerwa

godz.12-13.30

Podstawowe informacje na temat funduszy UE – wykład interaktywny

Słownictwo charakterystyczne dla dokumentacji grantowych – czytanie ze zrozumieniem

przerwa

godz.13.45-15.15

analiza podstawowych wymagań w konkursie grantowym – czytanie ze zrozumieniem, analiza, dyskusja, przykłady, case studies

Ćwiczenie: czytanie ze zrozumieniem przykładowych wniosków o przyznanie grantów, praca indywidualna – analiza kluczowego słownictwa

przerwa

godz.15:30-16:00

Podsumowanie : współpraca – dlaczego tak? – panel dyskusyjny

Dzień drugi

godz. 8-8.15

Powitanie. Przypomnienie: Czym są granty?

Cele szkolenia, zakres i metody pracy.

godz. 8.15 – 9.30

Podstawowe informacje na temat funduszy UE – wykład interaktywny
Prezentacja oraz analiza przykładów i case studies w języku angielskim

godz. 9.30-9.45 przerwa

godz. 9.45-11.30

Opisy przypadków dotyczące współpracy. Praca w zespołach.

Analiza i dyskusja

godz. 11.30-12.00 przerwa

godz.12-13.30

Wykład interaktywny: rozumienie kultury organizacyjnej i sposobu funkcjonowania w strukturach organizacji

Dyskusja

przerwa

godz.13.45-15.15

cd. analiza podstawowych wymagań w konkursie grantowym – czytanie ze zrozumieniem, analiza, dyskusja, przykłady, case studies

Ćwiczenie: czytanie ze zrozumieniem przykładowych wniosków o przyznanie grantów, praca w parach – analiza kluczowego słownictwa

przerwa

godz.15:30-16:00

Ćwiczenia gramatyczne:

Budowanie sformułowań w czasie Present Simple, Future Simple, tryb warunkowy I + słownictwo charakterystyczne dla dokumentacji grantowych

Dzień trzeci

godz. 8-8.15

Powitanie. Przypomnienie słownictwa.

Cele szkolenia, zakres i metody pracy.

godz. 8.15 – 9.30

mini-wykład: rodzaje podmiotów, które mogą się ubiegać o granty - słownictwo

godz. 9.30-9.45 przerwa

godz. 9.45-11.30

mini wykład: prowadzenie dokumentacji merytoryczno-finansowej w j. angielskim
Prezentacja oraz analiza przykładów i case studies w języku angielskim

godz. 11.30-12.00 przerwa

godz.12-13.30

Reagowanie na trudne sytuacje utrudniające komunikację – case study, analiza i omówienie

przerwa

godz.13.45-15.15

cd. analiza podstawowych wymagań w konkursie grantowym – wyrażanie opinii,
argumentowanie

przerwa

godz.15:30-16:00

Podsumowanie : granty – razem czy osobno? - dyskusja

Temat nr 2c: Granty – dlaczego TAK?

Dzień pierwszy

godz. 8-8.15

Powitanie.

Cele szkolenia, zakres i metody pracy.

godz. 8.15 – 9.30

Poznajmy się.

Ćwiczenie na rozgrzewkę: Kim jestem?

Dyskusja.

godz. 9.30-9.45 przerwa

godz. 9.45-11.30

podstawowe informacje na temat funduszy UE – wykład interaktywny

godz. 11.30-12.00 przerwa

godz.12-13.30

Dyskusja: Czym są granty? Jak są rodzaje grantów? Kto się może o nie ubiegać?

Prezentacja przykładowej dokumentacji w języku angielskim

Praca w parach, dyskusja panelowa

przerwa

godz.13.45-15.15

Słownictwo charakterystyczne dla dokumentacji grantowych – czytanie ze zrozumieniem
analiza podstawowych wymagań w konkursie grantowym – czytanie ze zrozumieniem, analiza,
dyskusja, przykłady, case studies

przerwa

godz.15:30-16:00

Podsumowanie : granty – dlaczego tak? – panel dyskusyjny

Dzień drugi

godz. 8-8.15

Powitanie. Przypomnienie: Czym są granty?
Cele szkolenia, zakres i metody pracy.

godz. 8.15 – 9.30

Prezentacja oraz analiza przykładów i case studies w języku angielskim
Ćwiczenie: czytanie ze zrozumieniem przykładowych wniosków o przyznanie grantów, praca
indywidualna – analiza kluczowego słownictwa

godz. 9.30-9.45 przerwa

godz. 9.45-11.30

Opisy przypadków dotyczące współpracy. Praca w zespołach.
Analiza i dyskusja

godz. 11.30-12.00 przerwa

godz.12-13.30

Wykład interaktywny: rozumienie kultury organizacyjnej i sposobu funkcjonowania w strukturach
organizacji
Dyskusja

przerwa

godz.13.45-15.15

Jak przygotować wniosek grantowy

- czytanie i wyszukiwanie kluczowych informacji w dokumentacji grantowej
- praca na wyodrębnieniu kluczowych słów oraz użyciem ich we własnym kontekście
- analiza przykładów i case studies w języku angielskim

Ćwiczenie: czytanie ze zrozumieniem przykładowych wniosków o przyznanie grantów, praca w parach – analiza kluczowego słownictwa

przerwa

godz.15:30-16:00

Ćwiczenia gramatyczne:

Budowanie sformułowań w czasie Present Simple, Future Simple, tryb warunkowy I + słownictwo charakterystyczne dla dokumentacji grantowych

Dzień trzeci

godz. 8-8.15

Powitanie. Przypomnienie słownictwa.

Cele szkolenia, zakres i metody pracy.

analiza dokumentacji grantowej – czytanie ze zrozumieniem, analiza, dyskusja, przykłady, case studies

godz. 8.15 – 9.30

Jak przygotować wniosek grantowy

- czytanie i wyszukiwanie kluczowych informacji w dokumentacji grantowej
- dyskusje, praca w grupach
- wyrażanie opinii, argumentowanie
- ćwiczenia translacyjne

godz. 9.30-9.45 przerwa

godz. 9.45-11.30

mini wykład: prowadzenie dokumentacji merytoryczno-finansowej w j. angielskim
Prezentacja oraz analiza przykładów i case studies w języku angielskim

godz. 11.30-12.00 przerwa

godz.12-13.30

case study, analiza i omówienie dokumentacji finansowej

przerwa

godz.13.45-15.15

cd. analiza podstawowych wymagań w konkursie grantowym – wyrażanie opinii,
argumentowanie

przerwa

godz.15:30-16:00

Podsumowanie : granty – TAK TAK TAK! - dyskusja

Literatura:

Legal English for Corporate Purposes, Małgorzata Cyganik, wydawnictwo Beck

Polityka Językowa Unii Europejskiej, Jacek Łuczak, wydawnictwo ASPRA

Słownik Terminów Unii Europejskiej, Treger Anna, wydawnictwo: Placet

Strony www:

https://europa.eu/european-union/about-eu/funding-grants_en

https://ec.europa.eu/info/research-and-innovation/funding/funding-opportunities/funding-programmes-and-open-calls_en

<https://blog.ecivis.com/bid/48460/law-enforcement-grants-the-four-main-types-of-grant-funding>

<https://blog.ecivis.com/bid/48460/law-enforcement-grants-the-four-main-types-of-grant-funding>

3a) Budowanie wizerunku uczelni na arenie międzynarodowej z wykorzystaniem nowoczesnego marketingu

Program szkolenia:

1. Nowoczesny marketing – charakterystyka:

- Kto go używa?
- „Co” się na niego składa?
- Do jakiego typu organizacji/urzędów/Brandów (miasto, region) jest stosowany?

2. Określenie relacji pomiędzy „klasycznym” marketingiem i jego nośnikami a marketingiem partyzanckim:

- Dlaczego marketing partyzancki jest bardziej efektywny niż tradycyjny?

3. Nowoczesny MINDSET – zmiana myślenia:

- Przełączenie się na: otwartość, kreatywność i zaangażowanie.
- Narzędzia pobudzające kreatywność.

4. Typowe strategie i taktyki marketingu partyzanckiego:

- Marketing personalny (buddy marketing).
- Social media.
- Eventy i inne.

5. Znaczenie social media w kreowaniu wizerunku firm.

6. Komunikacja z publicznością za pomocą social media:

- Bezpośrednie zaangażowanie klienta – kreatywne metody.
- Budowanie lojalności za pośrednictwem social media.

7. Najbardziej istotne portale społecznościowe w Polsce:

- Facebook:
 - Kreatywne prowadzenie fan page.
 - Pomysłowa reklama na facebook.
- Pinterest, Instagram i ich znaczenie dla budowania wizerunku firmy.
- Tik Tok.

8. Narzędzia nowoczesnego marketingu:

- Case studies pod kątem narzędzi marketingu partyzanckiego (ze względu na niekonwencjonalność tych narzędzi tylko taka forma przekazu jest możliwa i skuteczna).

9. Nowe kanały dotarcia do odbiorcy:

- Niekonwencjonalne sposoby dotarcia do odbiorcy (w nieoczekiwanym czasie i przy użyciu nieoczekiwanych metod, nośników – case studies).

10. Tworzenie planu działania z uwzględnieniem kreatywnych rozwiązań.

Metody pracy:

- wykład – konsultacje.
- case studies.
- praca na autorskich arkuszach ćwiczeń.
- praca w grupach/parach.
- burza mózgów.
- dyskusja, dyskusja moderowana.

3b) Budowanie wizerunku uczelni na rynkach zagranicznych z wykorzystaniem social media

Program szkolenia:

1. Znaczenie social media:

- Social media i ich rola w promocji.
- Case studies.

2. Najbardziej istotne portale społecznościowe w Polsce:

- Twitter – jak prowadzić działania marketingowe na Twitterze?
- Facebook:
 - Kreatywne prowadzenie fan page.
 - Pomysłowa reklama na facebook.
 - Kiedy i dla kogo organizować konkursy?
 - Grupy i ich znaczenie w budowaniu wizerunku marki.
- Pinterest oraz Instagram i jego znaczenie dla budowania wizerunku:
 - wykorzystanie Instagrama w promocji.
 - czym są hashtagi i jak z nich korzystać.
 - wykorzystanie lokalizacji.
 - insta stories.
 - posty sponsorowane.
 - planowanie i tworzenie treści.
 - współpraca z promotorkami.
- Tik TOK.
- Real time marketing w mediach społecznościowych.

3. Blogi:

- Rodzaje blogów i ich znaczenie w budowaniu wizerunku firmy.
- Kto jest targetem?
- Czy i kiedy pisać bloga?

4. Narzędzia pozwalające na planowanie i wdrażanie strategii:

- Buffer, Hootsuite – jak wybrać najlepsze dla nas.

5. Internetowy Public Relations:

- Znaczenie Internetu w kreowaniu wizerunku.

6. Sytuacje kryzysowe w mediach społecznościowych:

- Kryzys a negatywna opinia.
- Typowe sytuacje kryzysowe i sposoby reagowanie na nie.
- Przygotowanie na nieoczekiwane, czyli jak planować komunikację kryzysową.

Metody pracy:

- wykład – konsultacje.
- case studies.
- praca na autorskich arkuszach ćwiczeń.
- praca w grupach/parach.
- burza mózgów.
- dyskusja, dyskusja moderowana.

3a) Budowanie wizerunku uczelni na rynku międzynarodowym z wykorzystaniem działań public relations

Program szkolenia:

1. Poznaj media (tradycyjne i elektroniczne):

- Komunikacja to dialog.
- Odpowiedź na pytanie dlaczego do tej pory nie zbudowałeś wartościowych relacji z mediami.
- Wartościowe relacje z mediami jako istotny element budowania wizerunku firmy.
- Przegląd mediów zagranicznych – gdzie chcesz być widoczny.
- Opracowanie strategii komunikacji z mediami – warsztaty.
- Media plan – czym jest, jak tworzyć?
- Potrzeby i oczekiwania mediów.
- Dziennikarz też człowiek, czyli poznaj swoją „publiczność”.
- Budowanie bazy dziennikarzy – jak się za to zabrać?

Metody pracy: dyskusja, burza mózgów, case study, praca w grupach, praca na autorskich arkuszach „media plan”, warsztaty na autorskich arkuszach „planowanie strategii i komunikacji z mediami”.

2. Formy kontaktu z mediami (online i offline):

- Jak wykreować newsa? Czyli sposób na publikację materiałów prasowych.
- Przyczyny odrzucenia materiałów.
- Pisemne formy komunikacji z mediami:
 - Misja firmy, informacja prasowa, background release, oświadczenie.
- Warsztat tworzenia omówionych rodzajów wypowiedzi pisemnych na użytek mediów:
 - Informacja prasowa (jak tworzyć, kreacja intrygujących tytułów oraz chwytliwych leadów, właściwa konstrukcja treści).
 - Misja firmy – typowe błędy oraz warsztaty tworzenia misji.

Metody pracy: ćwiczenie – „wykreuj newsa”, dyskusja, burza mózgów, case study – przykłady poszczególnych form komunikacji oraz przykłady złych i dobrych informacji prasowych, praca w grupach, ćwiczenia na tworzenie tytułów oraz leadów, warsztaty pisania na autorskich arkuszach „odwrócona piramida”.

3. Kontakty i spotkania z mediami – odczarowanie mitu.

- Kreowanie ekspertów, czyli jak sprawić, by media same prosiły o opinię, wypowiedzi, komentarze. Elementy personal branding.
- Wypowiedzi publiczne:
 - Język mediów.
 - Rodzaje wystąpień medialnych, charakterystyka.
 - Konstruowanie szybkich wypowiedzi dla mediów.
 - Trudne sytuacje podczas wystąpień.

4. E-PR – kontakty i zarządzanie współpracą z mediami internetowymi (w tym z blogerami, vlogerami – jak dobrać najbardziej odpowiednich, ustalanie budżetu, rozpoczęcie współpracy):

- Strona www jako podstawowe źródło informacji o firmie (wirtualne biuro prasowe, newsy itd. – kiedy zamieszczać, w jakiej formie itd.)
- Social media – jak je wykorzystywać do budowania spójnego wizerunku.

5. Organizacja spotkań dla przedstawicieli mediów.

- Konferencja prasowa, briefingi, spotkania, imprezy.
- Press pack.
- Co zrobić, by media pojawiły się na imprezie.

6. Patronaty medialne – po co, jak je uzyskać, od jakich mediów?

Metody pracy: ćwiczenie – „język mediów”, dyskusja, burza mózgów, case study, praca w grupach, warsztat – „jaki jest mój personal brand”, warsztaty planowania konferencji prasowej na autorskich arkuszach.

Metody pracy:

- case study
- warsztaty
- ćwiczenia na autorskich arkuszach
- burze mózgów
- ćwiczenia indywidualne, grupowe
- dyskusje
- odgrywanie scenek
- warsztaty pisania