



FORMULARZ 3 HARMONOGRAM ZAJĘĆ

HARMONOGRAM ZAJĘĆ

Nazwa formy edukacyjnej:

Techniki komunikacji społecznej organizacji pozarządowej”

*(współ)praca ze społecznością lokalną. Komunikacja społeczna i PR dla Lokalnych Grup Działania”,
czyli jak skutecznie komunikować się z otoczeniem?*

Termin realizacji: **27-29.04.2015 r**

Miejsce realizacji: **Centrum Doradztwa Rolniczego w Brwinowie Oddział w Krakowie**

Data	Godziny	Temat zajęć
27.04. 2015	do 10.00	Przyjazd, rejestracja uczestników, zakwaterowanie, serwis kawowy;
	10.00-10.15	Otwarcie szkolenia, przedstawienie się uczestników, cel i program
	10.15-11.45	Komunikacja w społecznościach lokalnych – główni aktorzy, różne interesy (diagnoza grup). Budowanie spójnego wizerunku Grupy - wykład
	11.45-12.30	Nowa Lokalna Strategia Rozwoju – kwestie ustawowe, wymogi, obowiązki, wyzwania, nowinki – wszystko, co ważne i przydatne w nowym okresie programowania – wykład w formie prezentacji multimedialnej
	12.30-13.15	Jak komunikować? Metody i narzędzia komunikacji LGD z otoczeniem. Komunikacja wewnątrz i na zewnątrz Grupy - wykład
	13.15-14.00	Obiad
	14.00-15.30	Rozpoznanie sytuacji wyjściowej – analiza dotychczasowych działań LGD, kanałów informacyjnych i ich drożności, stosowanych narzędzi i metod, systemu identyfikacji wizualnej LGD; diagnoza – interaktywna



		praca z grupą
	15.30-16.15	Foldery, ulotki, albumy, POS-y, czyli jak komunikować się ze społecznością lokalną za pomocą materiałów drukowanych? W co warto zainwestować i kiedy? Co powinny zawierać dobre materiały informacyjne? Do kogo powinny trafić i jaką drogą (dystrybucja)? Co zrobić, żeby nie trafiły do kosza?
	16.15-16.30	Przerwa kawowa
	16.30-17.15	Warsztat/case study – praca nad przygotowaniem informacji o naborze
	18.00-19.00	Kolacja
28.04. 2015	do 9.00	Śniadanie
	9.00- 9.15	Podsumowanie pierwszego dnia szkolenia
	9.15-10.45	Media tradycyjne: PRASA <ul style="list-style-type: none"> • (Podstawowe zasady współpracy z dziennikarzami – specyfika i tryb pracy dziennikarzy, nasze potrzeby, a potrzeby dziennikarzy, terminy, deadliny, kolegia czyli czas ma znaczenie; panorama polskich mediów. • Organizacja konferencji prasowej; inne formy spotkań z dziennikarzami • Informacje prasowe, relacje, wywiady – różne komunikacji za pośrednictwem mediów).
	10.45-11.30	Jak pisać, żeby publikowali – przygotowywanie dobrego komunikatu prasowego – omówienie
	11.30-13.00	Warsztat/case study – praca nad przygotowaniem informacji prasowej
	13.00-14.00	Obiad
	14.00-14:45	Media tradycyjne: RADIO i TV <ul style="list-style-type: none"> • Specyfika pracy z radiem i telewizją. Relacje na żywo, rozmowy eksperckie, newsy, konkursy, patronaty – masz wybór? • Wypowiedzi na żywo i wystąpienia publiczne; 100 sekund na wypowiedź - jak się przygotować?



	14.45-16.15	<p>INTERNET / Media SPOŁECZNOŚCIOWE</p> <ul style="list-style-type: none"> • (Serwisy, fora, blogi, platformy video, kampanie wirusowe – jak zaistnieć w przestrzeni internetowej. Wybór i potencjał poszczególnych kanałów. • Jak wykorzystywać social media? Jak komunikować na Facebooku? Jak korzystać z aplikacji? Jak monitorować efekty działań w social mediach?). • Warsztat: przygotowanie strategii komunikacji w mediach społecznościowych.
	16.15-16.30	Przerwa kawowa
	16.30-18.00	<p>Organizacja wydarzeń</p> <ul style="list-style-type: none"> • (Event jako forma kontaktu z otoczeniem. Jaki event wybrać? Jak promować się za pomocą eventu? Jak zadbać o frekwencję? Jak ograniczyć ryzyko nieprzyjemnych niespodzianek? Jak poinformować o evencie). • Koncepcja i organizacja wydarzenia od A do Zet.
	18.00-19.00	Kolacja
29.04. 2015	do 9.00	Śniadanie
	9.00- 10.30	System Identyfikacji Wizualnej, czyli jak cię widzą, tak cię piszą. Praca na przykładach
	10.30-10.45	Przerwa kawowa
	10.45-12.15	Zebranie informacji, podsumowanie, omówienie prac warsztatowych
	12.15-13.00	Czas na indywidualne pytania, odpowiedzi, indywidualne przypadki. Pomoc prowadzących w bieżących sprawach związanych z komunikacją z otoczeniem.
	13.00-14.00	Obiad

