



FUNDACJA
INSTYTUT PROJEKT
PRZEDSIĘBIORCZO
ŚĆ



Innowacje w Public Relations - nowe trendy i technologie

Numer usługi 2024/04/05/132349/2115133

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 38 h

📅 30.05.2024 do 06.06.2024

7 478,40 PLN brutto

6 080,00 PLN netto

196,80 PLN brutto/h

160,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / PR
Sposób dofinansowania	wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Grupa docelowa obejmuje szeroki zakres pracowników oraz właścicieli firm zainteresowanych zrozumieniem roli nowoczesnego PR w budowaniu marki i wspieraniu wzrostu firmy, w tym m.in. rozwój, wdrażanie i efektywne stosowanie nowoczesnych strategii PR. Grupa docelowa obejmuje profesjonalistów ds. Public Relations, menadżerów ds. komunikacji, specjalistów ds. Public Relations, profesjonalistów z innych dziedzin zainteresowani PR, specjalistów marketingu, pracownicy organizacji non-profit, specjaliści ds. komunikacji i PR chcący zdobyć przewagę na rynku pracy, ucząc się o najnowszych trendach i technologiach w PR oraz specjaliści IT zainteresowani PR.
Minimalna liczba uczestników	6
Maksymalna liczba uczestników	50
Data zakończenia rekrutacji	29-05-2024
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	38
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Certyfikat systemu zarządzania jakością wg. ISO 9001:2015 (PN-EN ISO 9001:2015) - w zakresie usług szkoleniowych

Cel

Cel edukacyjny

Szkolenie prowadzi do skutecznego wykorzystania nowych narzędzi i platform, pogłębienia umiejętności analitycznych w kontekście strategii PR oraz budowania strategii komunikacji i relacji z mediami.

Szkolenie zapewnienia uczestnikom wszechstronne zrozumienie i praktyczną wiedzę na temat najnowszych trendów, narzędzi i technologii wykorzystywanych w branży Public Relations, a także ich wpływu na strategię komunikacji i relacji z mediami.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik zna najnowsze trendy i technologie w PR	Uczestnik identyfikuje i charakteryzuje innowacyjne trendy i technologie, które kształtują branżę PR	Test teoretyczny
Uczestnik potrafi wykorzystać media społecznościowe i inne cyfrowe kanały komunikacji	Uczestnik umie efektywnie wykorzystywać różne platformy mediów społecznościowych do celów PR	Prezentacja
Uczestnik potrafi skutecznie planować i realizować kampanie PR z wykorzystaniem nowoczesnych narzędzi i danych	Uczestnik potrafili projektować i wdrażać kampanie PR, korzystając z analizy danych i narzędzi cyfrowych	Prezentacja
	Uczestnik umie budować strategię PR w mediach cyfrowych	Prezentacja
		Test teoretyczny
	Uczestnik wykorzystuje potencjał influencerów i mikroinfluencerów w komunikacji marki	Test teoretyczny
		Prezentacja
	Uczestnik wykorzystuje AI i machine learning w PR	Test teoretyczny
Uczestnik potrafi zastosować AI, big data i inne zaawansowane technologie w strategiach PR		Prezentacja
Uczestnik jest świadomy etycznych i społecznych implikacji stosowania nowych technologii w PR	Uczestnik rozumie etyczne aspekty wykorzystania nowych technologii w PR	Test teoretyczny

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji zawiera opis efektów uczenia się?

Tak, dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji zawiera opis efektów uczenia się

Pytanie 2. Czy dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji?

Tak, dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji.

Pytanie 3. Czy dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

Tak, dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji.

Program

PROGRAM

1. Wprowadzenie do nowoczesnego PR

- Ewolucja public relations: Od tradycyjnych metod do nowoczesnego PR.
- Zrozumienie roli mediów społecznościowych i content marketingu w PR.
- Analiza przypadków sukcesów i porażek w nowoczesnym PR.
- Warsztaty: Tworzenie angażującego contentu dla mediów społecznościowych.

2. Narzędzia i platformy w PR

- Przegląd głównych platform mediów społecznościowych i ich rola w PR.
- Narzędzia do monitorowania mediów i analizy sentymentu.
- Automatyzacja i narzędzia do zarządzania kampaniami w PR.
- Warsztaty: Praktyczne ćwiczenia z narzędziami do monitorowania mediów i analizy.

3. Strategie i kampanie PR w erze cyfrowej

- Budowanie strategii PR w mediach cyfrowych.
- Efektywne kampanie PR wykorzystujące dane i personalizację.
- Użycie influencerów i mikroinfluencerów w komunikacji marki.
- Warsztaty: Projektowanie kampanii PR z wykorzystaniem mediów społecznościowych.

4. Technologie wspierające PR

- Wprowadzenie do AI i machine learning w PR.
- Wykorzystanie big data i analizy danych w strategiach PR.
- Innowacyjne technologie: VR/AR w komunikacji marki.

5. Przyszłość PR i zastosowanie wiedzy

- Przyszłe trendy w PR i komunikacji marki.
- Etyczne aspekty wykorzystania nowych technologii w PR.
- Budowanie zespołów PR przyszłości: umiejętności, kompetencje, wyzwania.
- Warsztaty: Planowanie strategii PR dla własnej firmy, zintegrowanie nowych trendów i technologii.

Test

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 6

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 6 1. Wprowadzenie do nowoczesnego PR	Renata Nestorowicz	30-05-2024	09:00	17:00	08:00
2 z 6 2. Narzędzia i platformy w PR	Renata Nestorowicz	31-05-2024	09:00	17:00	08:00
3 z 6 3. Strategie i kampanie PR w erze cyfrowej	Renata Nestorowicz	03-06-2024	09:00	17:00	08:00
4 z 6 4. Technologie wspierające PR	Renata Nestorowicz	04-06-2024	09:00	17:00	08:00
5 z 6 5. Przyszłość PR i zastosowanie wiedzy	Renata Nestorowicz	05-06-2024	09:00	13:30	04:30
6 z 6 Test + prezentacja uczestników	-	06-06-2024	14:30	16:00	01:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	7 478,40 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	6 080,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	196,80 PLN
Koszt osobogodziny netto	160,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Renata Nestorowicz

Ukończyła studia na Uniwersytecie Ekonomicznym w Poznaniu. Specjalizuje się w marketingu, strategii produktu, kompetencjach miękkich. Tworzyła marketing żywności ekologicznej i funkcjonalnej. Zna się na uwarunkowaniach psychologicznych i socjologicznych komunikacji marketingowej, design opakowań i produktów, komunikacja międzyludzka. W ciągu ostatnich lat przeprowadziła wiele szkoleń z zakresu marketingu, strategii produktu i komunikacji. Posiada doświadczenie zawodowe zdobyte w okresie ostatnich 5 lat.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Niezbędne materiały zostaną udostępnione uczestnikom szkolenia

Informacje dodatkowe

Harmonogram może ulec zmianie.

Warunki techniczne

1. Komputer lub urządzenie mobilne – w przypadku urządzenia mobilnego można pobrać odpowiednią aplikację „Google Meet” ze sklepu Google Play lub AppStore.
2. Szerokopasmowe połączenie z internetem.
3. Wymagania sprzętowe - procesor dwurdzeniowy 2GHz lub lepszy (zalecany czterordzeniowy), 2GB pamięci RAM (zalecane 4GB lub więcej).
4. Mikrofon zewnętrzny lub mikrofon wbudowany w urządzeniu oraz głośniki zewnętrzne lub wbudowane w urządzeniu.
5. Google Meet działa w aktualnej wersji oraz dwóch wcześniejszych głównych wersjach tych systemów operacyjnych:
 - Apple macOS,
 - Microsoft Windows,
 - Chrome OS,
 - Ubuntu i inne dystrybucje Linuksa oparte na Debianie.

Kontakt



Weronika Urbaniak

E-mail weronika.urbaniak@fipp.com.pl

Telefon (+48) 793 087 684