



Media relations – jak budować relacje z dziennikarzami

Numer usługi 2026/03/26/10940/3438715

1 660,50 PLN brutto
1 350,00 PLN netto
207,56 PLN brutto/h
168,75 PLN netto/h
187,19 PLN cena rynkowa ⓘ

Ernst & Young
spółka z
ograniczoną
odpowiedzialnością
Academy of
Business sp. k.

📍 Warszawa / stacjonarna

🏢 Usługa szkoleniowa

★★★★★ 4,6 / 5

🕒 8 h

446 ocen

📅 20.05.2026 do 20.05.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / PR

Grupa docelowa usługi

Do udziału w warsztatach zapraszamy:

- Osoby pracujące w agencjach PR-owych – zarówno początkujących, jak i z wieloletnim doświadczeniem
- Osób odpowiedzialnych za komunikację i PR w firmach
- Osób odpowiedzialnych za komunikację ekspertów

Minimalna liczba uczestników

4

Maksymalna liczba uczestników

16

Data zakończenia rekrutacji

18-05-2026

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

8

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 "Media relations – jak budować relacje z dziennikarzami" przygotowuje uczestników do skutecznego budowania relacji PR-owców z dziennikarzami poprzez wykorzystywanie kluczowych strategii sukcesu.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Uczestnik posługuje się wiedzą w zakresie budowania relacji PR-owych z dziennikarzami</p>	<p>- stosuje strategie budowania trwałych relacji z dziennikarzami, dostosowując podejście do specyfiki medium (prasa, TV, radio, internet)</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
	<p>- tworzy i aktualizuje bazę mediów zgodnie z zasadami segmentacji (typ medium, tematyka, zasięg, preferencje kontaktowe dziennikarzy)</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
	<p>- inicjuje pierwszy kontakt z dziennikarzem w sposób profesjonalny, budując wartościową relację od pierwszej interakcji</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
	<p>- definiuje różnice między celami komunikacyjnymi klienta a potrzebami informacyjnymi dziennikarzy</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
	<p>- opracowuje strategię komunikacji, która równoważy interesy klienta z oczekiwaniami redakcji</p> <p>- projektuje spójną strategię treści podporządkowaną celom komunikacyjnym, z uwzględnieniem specyfiki różnych kanałów medialnych</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p> <p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
<p>Uczestnik wykorzystuje w swojej pracy narzędzia i metody wspierające komunikację z dziennikarzami</p>	<p>- redaguje informację prasową zgodną z zasadami odwróconej piramidy, odpowiadającą na potrzeby informacyjne dziennikarzy</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
	<p>- dostosowuje treść i formę informacji prasowej do specyfiki różnych typów mediów (prasa, TV, radio, online)</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
	<p>- identyfikuje sygnały ostrzegawcze kryzysu wizerunkowego i rozróżnia poziomy eskalacji sytuacji kryzysowej</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
	<p>- opracowuje scenariusz reakcji kryzysowej z uwzględnieniem specyfiki komunikacji z różnymi typami mediów</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem zawierają opis efektów uczenia się?

TAK

Pytanie 2. Czy dokument lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji i zgodnie z zaplanowanymi metodami walidacji?

TAK

Pytanie 3. Czy dokument lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielanie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

Program

PROGRAM

1. Jak skutecznie budować relacje PR-owców z dziennikarzami? 3 strategie sukcesu
2. Zasady inicjowania kontaktów z dziennikarzami i tworzenia bazy mediów
3. Zarządzanie celami komunikacyjnymi klientów vs. cele komunikacji dziennikarskiej
4. Strategia komunikacji a strategia treści w projekcie. Case study
5. Informacje prasowe – jak skutecznie operować i planować komunikację dotarcia
6. Warsztat praktyczny: redagowanie informacji prasowych i planowanie ich dystrybucji
7. Zarządzanie kryzysami wizerunkowymi
8. Najlepsze praktyki w komunikacji z redakcjami i dziennikarzami

INFORMACJE DODATKOWE:

Do udziału w szkoleniu zapraszamy:

- Osoby pracujące w agencjach PR-owych – zarówno początkujących, jak i z wieloletnim doświadczeniem
- Osób odpowiedzialnych za komunikację i PR w firmach
- Osób odpowiedzialnych za komunikację ekspertów

Czas trwania szkolenia:

Szkolenie trwa **8 godzin dydaktycznych** (tj. 45 minut), w tym: **4 godziny stanowi część praktyczna, 3 godziny część teoretyczna, 45 min. walidacja**. Podana ilość godzin szkolenia nie zawiera czasu przerw.

Walidacja:

Po szkoleniu przeprowadzana będzie walidacja w formie testu teoretycznego. Pytania testowe przygotowane zostały przez niezależnego walidatora, zapewniając rozdzielenie funkcji uczenia od walidacji. Test przeprowadzany będzie w formie online, poprzez wykorzystanie platformy zewnętrznej. Osoba walidująca nie jest obecna w części szkoleniowej. W harmonogramie szkolenia, został wskazany przybliżony czas przeprowadzenia walidacji usługi rozwojowej.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 9

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 9 Jak skutecznie budować relacje PR-owców z dziennikarzami? 3 strategie sukcesu. Zasady inicjowania kontaktów z dziennikarzami i tworzenia bazy mediów	Katarzyna Buszkowska	20-05-2026	09:00	10:30	01:30
2 z 9 Przerwa	Katarzyna Buszkowska	20-05-2026	10:30	10:45	00:15
3 z 9 Zarządzanie celami komunikacyjnymi klientów vs. cele komunikacji dziennikarskiej. Strategia komunikacji a strategia treści w projekcie. Case study	Katarzyna Buszkowska	20-05-2026	10:45	12:00	01:15
4 z 9 Przerwa	Katarzyna Buszkowska	20-05-2026	12:00	12:45	00:45
5 z 9 Informacje prasowe – jak skutecznie operować i planować komunikację dotarcia	Katarzyna Buszkowska	20-05-2026	12:45	14:00	01:15
6 z 9 Przerwa	Katarzyna Buszkowska	20-05-2026	14:00	14:15	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
7 z 9 Warsztat praktyczny: redagowanie informacji prasowych i planowanie ich dystrybucji. Zarządzanie kryzysami wizerunkowymi	Katarzyna Buszkowska	20-05-2026	14:15	15:00	00:45
8 z 9 Najlepsze praktyki w komunikacji z redakcjami i dziennikarzami	Katarzyna Buszkowska	20-05-2026	15:00	15:30	00:30
9 z 9 Walidacja usługi	-	20-05-2026	15:30	16:15	00:45

Cennik

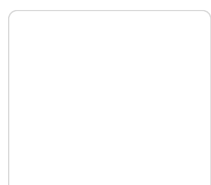
Jeżeli korzystasz z dofinansowania w wysokości co najmniej 70% przysługuje Tobie zwolnienie z podatku VAT

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	1 660,50 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 350,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	207,56 PLN
Koszt osobogodziny netto	168,75 PLN


Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Katarzyna Buszkowska



Dziennikarka, wykładowczyni, trenerka EY Academy of Business. Szkoli w zakresie komunikacji, skutecznego wykorzystania mediów społecznościowych oraz budowania eksperckiego wizerunku i komunikacji na LinkedIn. Przez ponad 20 lat związana z mediami i dziennikarstwem informacyjnym. Była dziennikarką agencyjną, wydawcą w telewizji, zarządzała ponad 200-osobowym zespołem jako redaktor naczelna Polskiej Agencji Prasowej oraz kilkudziesięcioosobowym zespołem Radia Zet jako szefowa Działu Informacji. Od kilku lat prowadzi zajęcia na Uniwersytecie Warszawskim oraz na studiach podyplomowych w Instytucie Badań Literackich PAN. Zawodowo zajmuje się także obsługą mediów społecznościowych menedżerów i ekspertów. Posiada doktorat z literatury i prowadzi blog o książkach Literackigps.pl. Przykładowe projekty: Dziennikarka agencyjna i wydawca w telewizji. Zarządzała ponad 200-osobowym zespołem jako redaktor naczelna Polskiej Agencji Prasowej oraz kilkudziesięcioosobowym zespołem Radia Zet jako szefowa Działu Informacji. Obsługiwała media społecznościowe menedżerów i ekspertów. Wspiera menedżerów oraz firmy w budowaniu kultury organizacji i zaangażowania zespołów, prowadząc projekt Leadership Library.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Każdy z uczestników otrzyma komplet materiałów szkoleniowych w formie skryptu.

Warunki uczestnictwa

Ogólne warunki świadczenia usług poprzez Ernst & Young spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Academy of Business sp. k. dostępne są na stronie: <https://www.academyofbusiness.pl/ogolne-warunki-swiadczenia-uslug-osobom-prawnym/>

Informacje dodatkowe

Harmonogram godzinowy szkolenia każdorazowo dostosowywany jest do grupy szkoleniowej.

Godziny realizacji poszczególnych modułów szkolenia mogą ulec zmianie.

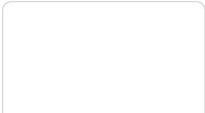
Adres

al. Armii Ludowej 26
00-609 Warszawa
woj. mazowieckie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi
- Laboratorium komputerowe
- W budynku znajduje się: parking dla rowerów, poczta, restauracja, firma kurierska, kiosk.

Kontakt



Zuzanna Stępień



E-mail zuzanna.stepien@pl.ey.com

Telefon (+48) 510 201 314