



AVENHANSEN Sp. z o.o.

★★★★☆ 4,4 / 5

1 409 ocen

## Szkolenie: Media Relations - warsztat PR Managera

Numer usługi 2026/05/04/5061/3533594

📍 Warszawa

🏢 Usługa szkoleniowa

📄 stacjonarna

🕒 16:00 h

📅 23.11.2026 do 24.11.2026

1 580,00 PLN brutto

1 580,00 PLN netto

98,75 PLN brutto/h

98,75 PLN netto/h

250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

## Informacje podstawowe

<b>Kategoria</b>	Biznes / Marketing
<b>Identyfikatory projektów</b>	Małopolski Pociąg do kariery
<b>Grupa docelowa usługi</b>	Szkolenie jest skierowane do: <ul style="list-style-type: none"><li>• PR managerów</li><li>• Marketing managerów</li><li>• Specjalistów ds. komunikacji</li><li>• Pracowników administracji publicznej zajmujący się komunikacją z mediami</li></ul>
<b>Minimalna liczba uczestników</b>	5
<b>Maksymalna liczba uczestników</b>	12
<b>Data zakończenia rekrutacji</b>	18-11-2026
<b>Forma prowadzenia usługi</b>	stacjonarna
<b>Liczba godzin usługi</b>	16
<b>Podstawa uzyskania wpisu do BUR</b>	Znak Jakości Małopolskich Standardów Usług Edukacyjno-Szkoleniowych (MSUES) - wersja 2.0

## Cel

### Cel edukacyjny

Cele szkolenia przygotowanie do samodzielnej pracy na stanowisku PR Managera i tworzenia interesujących tekstów na użytek mediów.

## Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Posiada wiedzę o zasadach profesjonalnego kontaktu z mediami	Opisuje jak napisać informację prasową	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Opisuje jak zorganizować pracę biura prasowego	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Tworzy interesujące teksty na użytek mediów	Wymienia aspekty które powinno się uwzględniać opracowując teksty na użytek mediów	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Profesjonalnie przygotowuje się do wywiadu, wystąpienia i konferencji prasowej	Rozróżnia rodzaje wystąpień medialnych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Wymienia zasady jakich należy przestrzegać przygotowując się do wywiadu, wystąpienia i konferencji prasowej	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Efektywnie działa w sytuacjach kryzysowych	Opisuje czym są narzędzia 5P do zarządzania kryzysem	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Opisuje narzędzia do monitorowania w internecie: pomoc przed i w trakcie kryzysu	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Analizuje wpływ nieświadomych aspektów wizerunku na nastawienie i reagowanie innych osób	Buduje komunikaty spójne pod względem werbalnym i niewerbalnym	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Rozpoznaje typowe błędy i blokady komunikacyjnych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

## 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

Warsztat PR managera to zajęcia, których celem jest przekazanie kompendium wiedzy i narzędzi z zakresu kontaktów z mediami.

Uczestnicy nauczą się planować i prowadzić działania media relations: od strategii i doboru mediów, przez tworzenie newsów i materiałów prasowych, po pitching, wywiady/wystąpienia oraz reakcję kryzysową – z gotowymi dokumentami do użycia w pracy

### **Korzyści dla Uczestników szkolenia:**

Co uczestnik „wynosi”:

- mini-strategia media relations + media plan (szkielet)
- baza mediów (kategorie + kryteria + plan pozyskania kontaktów)
- pitch mail + follow-up + scenariusz rozmowy telefonicznej
- informacja prasowa (2 wersje: portal/branżowe + ogólne)
- press kit / press pack (lista elementów + wzory)
- key messages + Q&A do wywiadu
- briefing przed wystąpieniem + checklista „kamera/mikrofon”
- holding statement + szkic procedury kryzysowej na 1 stronę

### **PROGRAM SZKOLENIA:**

Dzień 1 - Fundamenty, news, materiały i pitching

#### **MODUŁ I. JAK MYŚLĄ MEDIA I DZIENNIKARZE (BEZ MITÓW)**

- czym jest „news” w praktyce (wartość dla odbiorcy, timing, konflikt/zmiana, dane)
- cykl pracy redakcji: kiedy pisać, kiedy dzwonić, jak nie spalić tematu
- relacje vs „akcje od święta”: jak budować zaufanie krok po kroku

Ćwiczenie: rozpoznanie „co jest newsem” na 10 przykładach (branża uczestników).

#### **MODUŁ II. STRATEGIA MR W PIGUŁCE: CEL → ODBIORCA → TEMAT → FORMAT → KANAŁ**

- cele: świadomość, eksperckość, leady, reputacja, wsparcie sprzedaży/rekrutacji
- „tematy parasolowe” vs okazje (reaktywne) vs kampanie (proaktywne)
- jak dopasować media do etapu i celu (branżowe, regionalne, ogólne, online)

Ćwiczenie: mapa celów i 3 priorytetowe tematy medialne na kwartał.

#### **MODUŁ III. MEDIA PLAN I BAZA MEDIÓW, KTÓRA DZIAŁA (A NIE „LISTA 200 MAILI”)**

- segmentacja mediów i dziennikarzy: beat, format, ton, preferencje kontaktu
- budowa bazy: źródła, weryfikacja, higiena danych, tagowanie
- zasady „nie spamuję”: relevance-first, personalizacja, rytm follow-upu

Ćwiczenie: szkic bazy (kategorie + tagi + kryteria wyboru 20 priorytetów).

#### **MODUŁ IV. PRESS ROOM I MATERIAŁY PRASOWE: CO MUSI BYĆ GOTOWE „ZANIM ZADZWONIA”**

- press room: minimalny standard + elementy premium
- press kit/press pack: co wchodzi (bio, fakty, logo, zdjęcia, case'y, FAQ, dane)
- materiały dla różnych mediów (piszące vs wideo/radio/podcast)

Ćwiczenie: checklista press room + spis press kitu dla swojej organizacji.

#### **MODUŁ V. PISANIE DLA MEDIÓW: INFORMACJA PRASOWA, LEAD, TYTUŁ, CYTAT**

- struktura „odwróconej piramidy” i jak nie pisać „marketingowo”
- tytuły i leady, które przechodzą selekcję
- cytaty: jak pisać wypowiedzi, które dziennikarz chce wkleić

Warsztat pisania: tworzymy 1 informację prasową (plus 2 warianty tytułu i leadu).

#### **MODUŁ VI. PITCHING: MAIL, TELEFON, FOLLOW-UP I „SPRZEDAŻ TEMATU”**

- konstrukcja pitch maila (1 zdanie wartości + dowód + propozycja materiału)
- follow-up: kiedy, jak, ile razy – i jak to mierzyć
- rozmowa telefoniczna: krótko, rzeczowo, z propozycją „na tacy”

Ćwiczenie: pitch mail + follow-up + mini-skrypt rozmowy.

Dzień 2 - Wywiady, wystąpienia, eventy prasowe i kryzys

#### **MODUŁ VII. WYWIADY I WYSTĄPIENIA: PRZYGOTOWANIE MERYTORYCZNE I WIZERUNKOWE**

- key messages (3–5), dowody, przykłady, metafory
- trudne pytania: mostkowanie, zawężanie, wracanie do przekazu
- jak mówić „pod montaż”: krótkie sety, puenty, unikanie dygresji

Ćwiczenie: budujemy „message house” + lista 12 trudnych pytań i odpowiedzi.

#### **MODUŁ VIII. „KAMERA LUBI PRZYGOTOWANYCH” – TRENING WYPOWIEDZI (PRAKTYKA)**

- postawa, tempo, głos, kontakt wzrokowy, język ciała
- wpadki: co robić, gdy pomylisz się na żywo
- jak prosić o autoryzację/uzgodnienia (jeśli dopuszczalne) i jak to robić taktownie

Nagrania: krótkie wypowiedzi do kamery + feedback (uczestnicy zabierają nagrania).

#### **MODUŁ IX. E-PR I WSPÓŁPRACA Z MEDIAMI ONLINE (W TYM INFLUENCERAMI)**

- portale, newslettery branżowe, podcasty, kanały YouTube – jak „opakować” temat
- influencer/ekspert: kiedy to media relations, a kiedy współpraca komercyjna
- podstawy oznaczeń i transparentności (żeby nie wpaść w kłopoty reputacyjne)

Ćwiczenie: dopasowanie 10 kanałów online do 3 tematów (matryca: temat → format → host).

#### **MODUŁ X. SPOTKANIA DLA MEDIÓW: KONFERENCJA, BRIEFING, ŚNIADANIE PRASOWE, PRESS TOUR**

- który format do jakiego celu i budżetu
- agenda, zaproszenia, follow-up, materiał po wydarzeniu
- jak zwiększyć frekwencję (a nie tylko „wysłać zaproszenie”)

Ćwiczenie: plan spotkania prasowego (agenda + lista materiałów + plan dotarcia).

#### **MODUŁ XI. PATRONATY MEDIALNE: JAK PROSIĆ, ŻEBY DOSTAĆ „TAK”**

- wartość dla medium: co oferujesz realnie (treść, dostęp, dane, ekskluzywność)
- pakiety patronackie: minimalny i rozszerzony
- jak raportować i utrzymywać relację po patronacie

Ćwiczenie: 2 wersje prośby o patronat + oferta korzyści.

#### MODUŁ XII. KRYZYS: PIERWSZE 60 MINUT I KOMUNIKACJA, GDY „DZWONIA I DZWONIA”

- typy kryzysów: operacyjny, etyczny, produktowy, pracowniczy, social
- holding statement, spokespeople, zasady komentarzy, wewnętrzne „jedno źródło prawdy”
- monitoring i reagowanie: jak nie nakręcać eskalacji

Ćwiczenie finałowe: scenariusz kryzysowy + holding statement + Q&A + plan reakcji.

#### MODUŁ XIII. WALIDACJA - test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

**Metody pracy, które zastosujemy podczas szkolenia:**

- Case study
- Burze mózgów
- Ćwiczenia indywidualne, grupowe
- Dyskusje
- Odgrywanie scenek
- Warsztaty pisania
- Warsztat: „przyzywczajam się do kamery”- nagrania do zabrania przez uczestników

Proporcja zajęć praktycznych do teoretycznych to 70/30

Usługa jest prowadzona w trybie godzin dydaktycznych (45min). Przerwy nie wliczają się w czas trwania usługi.

**Więcej informacji na temat szkolenia znajduje się pod poniższym linkiem:**

<https://szkolenia.avenhansen.pl/szkolenia-otwarte/media-relations-warsztat-pr-managera-2026-11-23-warszawa.html>

## Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 3

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>1 z 3</b> Media Relations - warsztat PR Managera	WIKTORIA CZARNECKA	23-11-2026	10:00	17:00	07:00
<b>2 z 3</b> Media Relations - warsztat PR Managera	WIKTORIA CZARNECKA	24-11-2026	09:00	15:45	06:45
<b>3 z 3</b> WALIDACJA - test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie	WIKTORIA CZARNECKA	24-11-2026	15:45	16:15	00:30

# Cennik

## Cennik

Rodzaj ceny	Cena
<b>Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto</b>	1 580,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT	
<b>Koszt przypadający na 1 uczestnika netto</b>	1 580,00 PLN
<b>Koszt osobogodziny brutto</b>	98,75 PLN
<b>Koszt osobogodziny netto</b>	98,75 PLN

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

### WIKTORIA CZARNECKA

W swojej pracy łączy PR & Marketing z wiedzą pedagogiczną. Działa pod własną marką: Sztyblety PR. Zajmuje się budowaniem tożsamości marki przez jej historię. Doradza i szkoli z storytellingu, marketingu historycznego, sportowego. Interesuje się kreatywnością w marketingu. Członek Stowarzyszenia Sport Biznes Polska.

Pomysłodawca eventów: „Wakacje z PR” „Kobieca Liga Mistrzyń” i projektu „Wiślackie Pokolenia”.

Pracowała w Biurze Prasowym Wisły Kraków, jako kierownik ds. PR w Widzewie Łódź. Posiada doświadczenie z pracy w agencji PR, w której zajmowała się markami z branży FMCG oraz produktów sanitarnych. Prowadziła komunikację w mediach społecznościowych marek terytorialnych: Urząd Marszałkowski Województwa Łódzkiego oraz Miasto Łódź.

Autorka artykułów w książce „Marketing sportowy. Profesjonalne zarządzanie w sporcie”. Współpracuje z Nowym Marketingiem i Marketingiem w Praktyce.

Wykonała edycję merytoryczną Handbooka "Design Thinking Zmienia Łódzkie". Była prelegentem m.in. na: Element Small Talks #1 Product & Interior, Któreśy do Marketingu czy Creative Vibes, II Forum sąsiedzkie w Centrum OPUS, Rozwój NGO - nowoczesne metody i narzędzia, Lodzkie Innovation Days. Jest wykładownicą akademickim w Wyższej Szkole Ekologii i Zarządzania w Warszawie. Należała do zespołu naukowego w Europejskim Regionalnym Centrum Ekohydrologii Polskiej Akademii Nauk w Łodzi przy międzynarodowym projekcie ATENAS JPI Water. Współpracuje z Uniwersytetem Pedagogicznym w Krakowie.

# Informacje dodatkowe

## Informacje o materiałach dla uczestników usługi

- Autorskie materiały szkoleniowe - skrypt w wersji elektronicznej, ćwiczenia w wersji papierowej do wykorzystania na szkoleniu.
- Uczestnik otrzyma certyfikat ukończenia szkolenia przy frekwencji min. 80% (sposób potwierdzenia frekwencji - podpis na liście obecności)

## Warunki uczestnictwa

Prosimy o wypełnienie formularza zgłoszeniowego na stronie „Baza Usług Rozwojowych”.

Wypełnienie formularza zgłoszeniowego w BUR jest jednoznaczne z akceptacją regulaminu szkoleń otwartych AVENHANSEN, który jest dostępny pod linkiem:

<https://szkolenia.avenhansen.pl/regulamin-szkolen-otwartych.html>

Bezkosztowa anulacja możliwa do 8 dni przed planowanym terminem szkolenia

## Informacje dodatkowe

### W ramach szkolenia otwartego gwarantujemy Państwu:

- Miłą i fachową obsługę
- Profesjonalizm trenera
- Ciekawe materiały szkoleniowe
- Dyplomy ukończenia szkolenia (przy frekwencji min 80%)
- Wsparcie poszkoleniowe Trenera (do miesiąca po zakończonym szkoleniu)
- Możliwość wpływu na zakres i przebieg szkolenia akceptowalny przez wszystkich jego uczestników

Oferujemy również możliwość wymiany spostrzeżeń i wniosków z innymi uczestnikami szkolenia: Zobacz forum: [www.forum-szkolenia.pl](http://www.forum-szkolenia.pl)

Szkolenie mające charakter usługi kształcenia zawodowego sfinansowane w przynajmniej w 70% ze środków publicznych zostanie zwolnione z podatku VAT (stawka VAT zwolniony) zgodnie z treścią rozporządzenia Ministra Finansów w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień z dnia 20 grudnia 2013 r. (Dz.U. z 2013 r. poz. 1722) par. 3 ust. 1 pkt 14 tego rozporządzenia.

\* 1 godzina szkoleniowa = 45 minut

Przerwy nie są wliczone w czas trwania szkolenia.

## Adres

ul. Wspólna 56  
00-686 Warszawa  
woj. mazowieckie

Centrum szkoleniowe WSPÓLNA

## Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

# Kontakt



**Katarzyna Szypowska**

**E-mail** [kszypowska@avenhansen.pl](mailto:kszypowska@avenhansen.pl)

**Telefon** (+48) 515 212 452