

Współpraca samorządu terytorialnego z mediami

Prowadzący: dr Łukasz Łotocki

Cel zajęć: omówienie głównych zasad, metod oraz narzędzi współpracy samorządu terytorialnego z mediami, przećwiczenie wybranych metod.

PROGRAM ZAJĘĆ

1. Język mediów

Jak komunikować się z mediami, żeby chciały słuchać, co instytucja samorządowa ma do powiedzenia? Jak funkcjonują *newsy*? Jak zainteresować media tematem? Ćwiczenia.

2. Rodzaje informacji dla mediów

Jak przygotować informację bieżącą dla prasy? Jak przygotować wypowiedź dla mediów? Zasady organizacji konferencji prasowej. Ćwiczenia.

3. Przygotowanie do kontaktu z mediami

Jak przygotować się do kontaktów z dziennikarzami? Z kim się kontaktować? Tworzenie mailing listy.

4. Dobra komunikacja z dziennikarzem

Zasady otwartej komunikacji opartej na wzajemnym szacunku. Ćwiczenia.

Literatura:

Andresen K., *Marketing Robin Hooda. Wykorzystywanie metod marketingowych sektora komercyjnego przez organizacje non-profit*, Warszawa 2007.

Budzyński W., *Public relations. Zarządzanie reputacją firmy*, Warszawa 1999.

Fog K., Budtz C., Munch P., Blanchette S., *Storytelling. Narracja w reklamie i biznesie*, Warszawa 2011.

Gallo C., *Steve Jobs. Sztuka prezentacji*, Kraków 2011.

Goban-Klas T., *Public relations czyli promocja reputacji*, Warszawa 1997.

Kordasiewicz S., Ołdak T. (red.), *Wystąpienia publiczne. Kontakty z mediami. Spotkania*, Centrum Rozwoju Zasobów Ludzkich, Warszawa 2013.

<http://irss.pl/wp-content/uploads/2014/01/Wyst%C4%85pienia-publiczne.-Kontakty-z-mediami.-Spotkania.pdf>

Łotocki Ł., *Marketing w lokalnej polityce społecznej*, w: B. Rysz-Kowalczyk (red.), *Polityka społeczna gmin i powiatów. Kompendium o instytucjach i procedurach*, Warszawa 2011.