



## **RELATII PUBLICE SI COMUNICARE DE CRIZA**

### **CURRICULA 15 ORE**

***Trainer: Ioan Bujor***

#### **A. OBIECTIVE GENERALE**

- Cresterea eficientei in comunicare prin intelegerea modului de functionare al diferitelor canale media (diferente tehnice, organizarea redactiilor, structurile de decizie, obisnuintele jurnalistilor vazuti ca intermediari intre PR si public, dar si ca “dusmani” sau “aliati”) si al peisajului comunicational actual (reducerea ponderii printului, explozia mediului online, modificarea raportului audienta/credibilitate)
- Deprinderea modalitatilor de analiza si interpretare a mesajelor si impactului acestora tinand cont de realitatile psihologice in schimbare ale societatii (evitarea sau exploatarea erorilor logice, cognitive si retorice, a locurilor comune verbale sau vizuale, evaluarea si utilizarea trendurilor si modelor)

#### **B. OBIECTIVE SPECIFICE**

- Cresterea gradului de adaptare a actiunilor de comunicare si PR la realitatile in schimbare ale societatii
- Intelegerea si fixarea notiunilor si activitatilor de comunicare si relatii publice
- Imbunatatirea deprinderilor de construire si redactare a mesajelor, in functie de medii si canale
- Deprinderea si imbunatatirea tehnicilor de analiza in comunicare si relatii publice
- Invatarea si/sau imbunatatirea modalitatilor si capacitatilor de analiza si dezvoltare a mesajelor vizuale
- Dezvoltarea abilitatilor de comunicare in public
- Invatarea si/sau dezvoltarea capacitatii de analiza si prevenire a crizelor
- Dezvoltarea pregatirii pentru gestionarea crizelor
- Invatarea si imbunatatirea modalitatilor de gestionare a comunicarii in mediul online

## C. TEMATICA

### 1. Imagine, identitate, marca, reputatie

- Imaginea companiei si imaginea personala
- Elementele constitutive ale imaginii
- Tipuri de imagine (autoimagine, dorita, proiectata, receptata)
- Structuri de identitate (monolitica, girata, centrata pe brand) si diferente specifice
- Strategii de creare a marcii
- Reputatia - structura si importanta

### 2. Comunicare si relatii publice - elemente, structuri, tipologii

- Cercetarea si evaluarea imaginii
- Relatia cu mass-media - cercetare, evaluare, analiza
- Relatia cu publicul - mediata si imediata
- Relatia cu partenerii corporate - dincolo de comunicarea oficiala
- Relatii interne - pozitia comunicatorului, relatia mediata in companiile mari

### 3. Comunicare si relatii publice - actiuni, materiale

- Actiuni pentru public - comunicari, evenimente
- Actiuni pentru parteneri, clienti, angajati
- Materiale perene - mapa, site, cataloage
- Materiale efemere - comunicat, declaratie de presa, replica (drept la), interventie, interviu si reportaj publicitar

### 4. Strategii de comunicare - scop, obiective, mijloace

- Tipuri de analize - SWOT, de context
- Strategii - informare, acceptare(atitudine), adoptare(comportament)
- Problema, scop, obiectiv; vectori de imagine; sarcini de comunicare
- Rezultate si evaluare

### 5. Medii si public

- Tipuri de public - determinare, analiza, cercetare
- Comunicarea directa - diseminare de informatii, intarirea brandului
- Comunicarea mediata de presa - print, audio/video, online

### 6. Logica, retorica, psihologie - evolutii, mainstream, mutatii

- Erori logice si cognitive - ocurente, evitare, utilizare
- Locuri si valori comune - identificare, exploatare
- Canale si tipuri de public
- Evolutii ale modelelor de adevar
- Mutatii ale culturii vizuale

**7. Comunicarea de criza - actiuni pregatitoare**

- Tipuri de crize
- Planul de management al crizei
- Echipa de management a crizei
- Alegerea si trainingul comunicatorilor
- Drafturi pentru comunicari
- Identificarea si stabilirea canalelor de comunicare in criza

**8. Comunicarea de criza - actiuni de raspuns**

- Identificarea momentului de criza - amploare, durata, consecinte
- Activarea planului, reunirea echipei
- Evaluarea impactului, monitorizarea
- Raspunsul initial - rapid, precis, consistent - bune practici
- Exprimarea ingrijorarii/simpatiei pentru victime
- Restrangerea/limitarea/inlaturarea efectelor
- Strategii de reparare a reputatiei
- Analiza responsabilitatilor pentru criza

**9. Comunicarea de criza - actiuni post-criza**

- Continuarea repararii reputatiei - bune practici
- Mixul PR/publicitate pentru relansare

**10. Mediul online - webPR, actiuni, materiale**

- Caracteristici si bune practici
- Site-ul de firma, blogul, newsletterul
- Retelele sociale, forumuri de discutii
- Evenimente online
- Interpromovare

**Note:**

1. Sesiunile de training includ atat prezentari teoretice cat si exemple practice, studii de caz, exercitii, role- playing, s.a.adaptate nivelului de pregatire si intereselor participantilor cat si (pe cat posibil) domeniului de activitate al companiei client.
2. Sesiunile de training sunt furnizate de un ziarist cu pregatire didactica si cu experienta de peste 15 ani in mass-media si televiziune.