



**Fundusze Europejskie**  
Wiedza Edukacja Rozwój

**Unia Europejska**  
Europejski Fundusz Społeczny



*Zintegrowany program ASP w Łodzi 2*

### **Opis przedmiotu zamówienia**

**KBZ.261.9.2023**

**Załącznik nr 6 do SWZ**

#### **Część 1 – szkolenie z wystąpień publicznych dla pracowników dydaktycznych.**

Tryb szkolenia: stacjonarne w siedzibie Zamawiającego, zamknięte – tylko dla pracowników dydaktycznych Zamawiającego (30 osób).

Szczegółowe terminy i ilość spotkań zostanie ustalony z wykonawcą na etapie podpisywania umowy.

Proponowany przebieg szkolenia:

1. Odkrywanie świadomości własnego ciała czyli jak jestem postrzegany przez odbiorców. Znaczenie pozawerbalnych komunikatów podczas autoprezentacji.

- wywieranie pierwszego wrażenia.

- gestykulacja, postawa, czyli co mówi moje ciało kiedy nie używam słów,

- mimika twarzy

2. Konstrukcja prezentacji

- Konstrukcja i treść wypowiedzi i wystąpienia

- Określenie celu wypowiedzi

- Kreatywność w poszukiwaniu wyróżników przyciągających uwagę,

- Siła głównego przesłania

- Jasny i logiczny przekaz

- właściwa argumentacja, rodzaje argumentów.

2 a. Przygotowanie i prowadzenia prezentacji.

- zasady rządzące skuteczną prezentacją
- struktury i porządek prezentacji
- elementy wpływające na atrakcyjność prezentacji
- organizacja przestrzeni, moje terytorium
- odpowiedni dobór pomocy audiowizualnych , korzystanie ze sprzętu

3. Co mówi moje ciało, trening głosu

- redukcja stresu, techniki relaksacyjne
- wydłużenie jakości fazy oddechowej
- praca nad jakością głosu i mowy

4. Zarządzenie stresem podczas wystąpienia

- poznanie prawdziwej przyczyny stresu
- stres wywołany przez bodziec, a reakcja na niego
- relacja z audytorium i jednoosobowym odbiorcą. Rozpoznanie i analiza.

Czas trwania 6 godzin, szczegółowy harmonogram zostanie ustalony z Wykonawcą.

Uczestnicy otrzymują Certyfikat Ukończenia Szkolenia w języku polskim, potwierdzający odbycie szkolenia.

## **Część 2 – szkolenie z wystąpień publicznych dla studentów Zamawiającego,**

Tryb szkolenia: szkolenie on-line, zamknięte, dla studentów Zamawiającego.

Terminy i ilość spotkań zostanie ustalone z wykonawcą na etapie podpisywania umowy.

**Zajęcia prowadzone będą w formie zdalnej na platformie webex.**

Proponowany przebieg szkolenia:

1. Odkrywanie świadomości własnego ciała czyli jak jestem postrzegany przez odbiorców. Znaczenie pozawerbalnych komunikatów podczas autoprezentacji.

- wywieranie pierwszego wrażenia.

- gestykulacja, postawa, czyli co mówi moje ciało kiedy nie używam słów,
- mimika twarzy

## 2. Konstrukcja prezentacji

- Konstrukcja i treść wypowiedzi i wystąpienia
- Określenie celu wypowiedzi
- Kreatywność w poszukiwaniu wyróżników przyciągających uwagę,
- Siła głównego przesłania
- Jasny i logiczny przekaz
- właściwa argumentacja, rodzaje argumentów.

### 2 a. Przygotowanie i prowadzenia prezentacji.

- zasady rządzące skuteczną prezentacją
- struktury i porządek prezentacji
- elementy wpływające na atrakcyjność prezentacji
- organizacja przestrzeni, moje terytorium
- odpowiedni dobór pomocy audiowizualnych , korzystanie ze sprzętu

## 3. Co mówi moje ciało, trening głosu

- redukcja stresu, techniki relaksacyjne
- wydłużenie jakości fazy oddechowej
- praca nad jakością głosu i mowy

## 4. Zarządzenie stresem podczas wystąpienia

- poznanie prawdziwej przyczyny stresu
- stres wywołany przez bodziec, a reakcja na niego
- relacja z audytorium i jednoosobowym odbiorcą. Rozpoznanie i analiza.

Czas trwania 6 godzin w godz. 9 - 15 z przerwą na obiad 30 min.

Ilość osób uzależniona będzie od przebiegu rekrutacji (zaplanowano 4 grupy po 100 osób)

Uczestnicy otrzymują Certyfikat Ukończenia Szkolenia w języku polskim, potwierdzający odbycie szkolenia.

### **Część 3 – szkolenie z tematu „Budowanie marki” dla studentów Zamawiającego.**

Szkolenie dla studentów "Budowanie marki" - wiedza na temat opracowania koncepcji metod i sposobów budowania własnej marki- dla studentów Zamawiającego.

Tryb szkolenia: szkolenie on-line, zamknięte, dla studentów Zamawiającego

Kurs będzie trwał łącznie 10 godzin.

Najważniejsze zagadnienia:

- Fundamenty budowania marki osobistej
- Wybrane narzędzia przydatne w procesie budowania marki osobistej
- Kreowanie wizerunku
- Strategia działania
- Uczestnictwo w kursach, stażach, konkursach i targach w Polsce i za granicą.

Terminy i ilość spotkań zostanie ustalone z wykonawcą na etapie podpisywania umowy.

Sposób podziału godzinowego harmonogramu zajęć zaproponuje wykonawca.

Zajęcia prowadzone będą w formie zdalnej na platformie webex.

Ilość osób uzależniona będzie od przebiegu rekrutacji,

Uczestnicy otrzymują Certyfikat Ukończenia Szkolenia w języku polskim, potwierdzający odbycie szkolenia.

### **Część 4 – warsztaty z tematu „Media i Promocja” dla studentów Zamawiającego.**

Szkolenie zakresu "Media i Promocja" – online (rozwijających umiejętności kontaktowania się z mediami i promocji własnych utworów) dla studentów Zamawiającego.

Tryb szkolenia: szkolenie on-line, zamknięte, dla studentów Zamawiającego

Kurs będzie trwał łącznie 25 godzin.

Terminy i ilość spotkań zostanie ustalone z wykonawcą na etapie podpisywania umowy.

Sposób podziału godzinowego harmonogramu zajęć zaproponuje wykonawca.

Zajęcia prowadzone będą w formie zdalnej na platformie webex.

Proponowane zagadnienia:

#### 1. Możliwość zaistnienia marki w mediach

- budowanie relacji z dziennikarzem - skuteczna i czytelna komunikacja.
- reklama/ Product placement - płatna bądź barterowa współpraca z redakcjami.
- patronat prasowy, materiały na wyłączność, premiera na wyłączność
- różnica między artykułem RP, a artykułem prasowym.
- jak kontaktować się z mediami: forma, czas, koszty i specyfika.
- okoliczności komunikacji z mediami
- jak zachęcić do publikacji
- jak zniechęcić do publikacji
- upominki

#### 2. Informacje prasowe

Waga materiałów prasowych, marketingowych i PR

Jak pisać ładnie, ciekawie i poprawnie - warsztaty

Przygotowanie odpowiednich zdjęć - packshoty, lookbook, sesja

#### 3. Prowadzenie własnych mediów

Social media, e-sklep, blog:

Ich waga, zasady i trendy.

Komentowanie i uczestnictwo w debatach na social mediach

#### 4. Zrównoważony rozwój

Przygotowanie do stworzenia marki etycznej, przyjaznej środowisku, zgodnej z duchem zrównoważonego rozwoju.

Certyfikaty, standardy działań proekologicznych, zrozumienie globalnych i lokalnych procesów w tej dziedzinie.

#### 5. Kryzys wizerunkowy. W mediach i social mediach

Jak unikać kryzysów oraz jak na nie reagować.

Reakcja na krytykę w mediach i w sieci

Zagadnienia plagiatu, naruszenia dobrych obyczajów, przejęcia bądź skopiowania nazwy marki/ konkretnego modelu.

Kryzysy narastające latami - nieodpowiednie prowadzenie, komunikowanie i formatowanie marki

Koszty kryzysu wizerunkowe i finansowe.

Wojna z mediami

Przeprosiny, sprostowania, droga sądowa

Uczestnicy otrzymują Certyfikat Ukończenia Szkolenia w języku polskim, potwierdzający odbycie szkolenia.