



SZKOLENIA I WARSZTATY

//WYSTĄPIENIA PUBLICZNE	//MEDIA ELEKTRONICZNE
AUTOPREZENTACJA, czyli co to jest wizerunek publiczny i jak się nim posługiwać	PODSTAWOWY TRENING MEDIALNY, czyli jak oswoić media
PREZENTACJE BIZNESOWE, czyli jak wygrać pojedynek ze slajdami	ZAAWANSOWANY TRENING MEDIALNY, czyli język mediów w praktyce
PERSWAZJA, czyli jak skutecznie przekonać do swojego zdania	ERYSTYKA MEDIALNA, czyli dobre odpowiedzi na trudne pytania
ERYSTYKA, czyli jak wygrywać spory publiczne	KRYZYS MEDIALNY, czyli studium przypadku
POZYTYWNA AUTOPREZENTACJA, czyli jak się chwalić w biznesie	
STORYTELLING w prezentacjach firmowych	
STORYTELLING, czyli jak budować wartość firmy poprzez opowieści	
ARTETERAPIA jako metoda rozwoju osobistego	
// WIZERUNEK – JAK CIĘ WIDZĄ	
BIZNESOWY SAVOIR-VIVRE, czyli etykieta w biznesie	
PREZENCJA I STYL W BIZNESIE, czyli konsultacje ze stylistą stroju i makijażu	

OPIS SZKOLEŃ

// WYSTĄPIENIA PUBLICZNE	
AUTOPREZENTACJA, czyli co to jest wizerunek publiczny i jak się nim posługiwać	<ul style="list-style-type: none">• Co widać na ekranie telewizyjnym, co na nim zostaje po naszym spotkaniu z dziennikarzem i kamerą?• Czego tak naprawdę chce od nas dziennikarz?• Co to jest „setka” telewizyjna i dlaczego należy mówić mało, ale przygotowywać się długo? <p>Uczestnicy warsztatu będą mieli okazję oswoić się z kamerą, mikrofonem i dziennikarzem. Dowiedzą się jak konstruować komunikat do mediów i przećwiczą podstawowe formy wypowiedzi do kamery lub mikrofonu. Wszystkie ćwiczenia uczestników zostaną zarejestrowane, a następnie odtworzone i omówione przez prowadzących.</p> <p>Całodzienny warsztat medialny dla 2~6 osób.</p>



<p>PREZENTACJE BIZNESOWE, czyli jak wygrać pojedynek ze slajdami</p>	<p>Od kilkunastu lat slajdy zdominowały obszar prezentacji biznesowych. Są standardem. Czy jednak prezentacja nie jest zbyt często jedynie monotonnym odczytaniem hand-outów? Jeśli tak to może wystarczy wysłać materiały pocztą mailową i oszczędzić czas słuchaczy?</p> <p>Na naszym warsztacie uczestnicy dowiedzą się:</p> <ul style="list-style-type: none">• Jak wygrać pojedynek o uwagę widowni z migającymi na ekranie obrazkami?• Jak dopasować komunikat do oczekiwań i percepcyjnych możliwości odbiorców.• Jak sprawić by nie tylko przyjęli i zrozumieli komunikat, ale aby sprawiło im to przyjemność, a prezynterowi satysfakcję. <p>Uczestnicy przedstawią prezentacje, które zostaną zarejestrowane a następnie odtworzone i omówione przez prowadzących.</p> <p>Całodzienny warsztat dla 2~6 osób.</p>
<p>PERSWAZJA, czyli jak skutecznie przekonać do swojego zdania</p>	<p>Jak przy pomocy narzędzi retorycznych, doboru argumentacji i budowaniu odpowiedniej relacji interpersonalnych przekonać innych do swojego zdania?</p> <p>Skuteczność perswazyjna to niezbędna cecha szefa, który nie zawsze może użyć swojej pozycji i wydać polecenie służbowe. Nieoceniona dla budowania autorytetu i niezastąpiona w coraz powszechniejszym coachingowym stylu zarządzania.</p> <p>Uczestnicy wystąpią w scenkach wymagających stosowania omawianych narzędzi retorycznych. Ich wystąpienia zostaną zarejestrowane a następnie odtworzone i omówione przez prowadzących.</p> <p>Całodzienny warsztat dla 2~6 osób.</p>
<p>ERYSTYKA, czyli jak wygrywać spory publiczne</p>	<p>Gdy dwóch się bije tam trzeci korzysta!</p> <p>Tym trzecim jest świadek sporu publicznego. Może być nim klient wybierający jedną z ofert, może być Zarząd oceniający kilka projektów. My jesteśmy jednym z bijących się i chcemy aby nasza racja, oferta, czy projekt był tym zwyciężskim.</p> <p>Przeciwnik nie zawsze gra czysto. Często o sukcesie decyduje czyjś tupet. Jak neutralizować taką postawę i wygrać publiczny spór? Jak rozpoznać manipulację i się przed nią skutecznie bronić? Jak wreszcie dobrze odpowiadać na trudne lub niespodziewane pytania?</p> <p>Zapraszamy na warsztat technik i sposobów erystycznych dla grupy 2~8 osób.</p>
<p>POZYTYWNA AUTOPREZENTACJA, czyli jak się chwalić w biznesie</p>	<p>Jak wygląda dzisiaj europejski postulat skromności w starciu z amerykańskim tupetem autoprezentacyjnym?</p> <p>Czy nie zazdrościmy ludziom, którzy potrafią bez żadnych oporów chwalić się w sytuacjach zawodowych? To nie zawsze jest akceptowane w naszym</p>



	<p>kręgu kulturowym, który bywa określany jako „kultura jęku” i w którym budowanie relacji opiera się na stopniowaniu narzekania:</p> <ul style="list-style-type: none">• Co słycać?• A stara bida.• A u mnie to dopiero... itd... <p>Pokażemy sposoby i techniki „chwalenia się” w sytuacjach profesjonalnych w sposób niedotkliwy i jednocześnie akceptowany przez odbiorców.</p> <p>Całodzienny warsztat dla 2-6 osób.</p>
STORYTELLING w prezentacjach firmowych	<p>Opowiadanie jako metoda osiągnięcia celów:</p> <ul style="list-style-type: none">• Czy prezentacje biznesowe to tylko slajdy, wykresy i liczby?• Budowanie prezentacji; adresat, cel i kompozycja oraz budowanie wspólnej przestrzeni wizerunkowo-narracyjnej, jako element wprowadzania własnej definicji sytuacji.• Narrator – skuteczny przywódca. Funkcja opowieści w przywództwie.• Jak opowiadać dobre historie? Narracja proaktywna.• Rola emocji w wystąpieniach publicznych. <p>Całodzienny warsztat dla 2-6 osób</p>
STORYTELLING , czyli jak budować wartość firmy poprzez opowieści	<p>Warsztat rozwijający umiejętności w zakresie wykorzystywania opowieści jako narzędzia:</p> <ul style="list-style-type: none">• Budowania wartości marki (corporate brand).• Zarządzania zespołem.• Motywowania pracowników.• Kreowania tożsamości firmy.• Kreowania przywództwa w organizacji.• Pogłębiania identyfikacji pracowników z firmą.• Transmisji celów i wartości organizacji.• Upowszechniania wiedzy i know-how organizacji.• Komunikowania zmiany.• Integrowania komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej firmy. <p>Całodzienny warsztat dla 2-6 osób</p>
ARTETERAPIA jako metoda rozwoju osobistego	<p>Trening kreatywności. Uwolnienie twórczego potencjału w pracy zespołowej. Doskonalenie w zakresie twórczego myślenia i rozwiązywania problemów oraz innowacyjnego działania w organizacji.</p> <ul style="list-style-type: none">• Twórcza tożsamość.• Od tożsamości do ekspresji.• Stymulowanie kreatywności/przełamywanie barier.• Motywowanie do twórczości.• Twórczość zespołowa. <p>Trening dla 6-8 osób; specjaliści, kadra menedżerska.</p>



//MEDIA ELEKTRONICZNE	
PODSTAWOWY TRENING MEDIALNY , czyli jak oswoić media	<ul style="list-style-type: none">• Co widać na ekranie telewizyjnym, co na nim zostaje po naszym spotkaniu z dziennikarzem i kamerą?• Czego tak naprawdę chce od nas dziennikarz?• Co to jest „setka” telewizyjna i dlaczego należy mówić mało, ale przygotowywać się długo? <p>Uczestnicy warsztatu będą mieli okazję oswoić się z kamerą, mikrofonem i dziennikarzem. Dowiedzą się jak konstruować komunikat do mediów i przećwiczą podstawowe formy wypowiedzi do kamery lub mikrofonu.</p> <p>Wszystkie ćwiczenia uczestników zostaną zarejestrowane, a następnie odtworzone i omówione przez prowadzących.</p> <p>Całodzienny warsztat medialny dla 2~6 osób.</p>
ZAAWANSOWANY TRENING MEDIALNY , czyli język mediów w praktyce	<p>Język mediów to coraz częściej skrótowy język tzw. „czerwonego paska” przewijającego się na dole ekranu w programach informacyjnych.</p> <p>Jak sprawić aby mówić „czerwonym paskiem”? Aby z naszej wypowiedzi jak najwięcej trafiło do materiału, który idzie na wizję? Aby dziennikarze zapisali nasz telefon i dzwonili kiedy potrzebny jest ekspert w naszej dziedzinie?</p> <p>Czy warto się o to bić? Widownia telewizyjna jest coraz bardziej wyrobiona. Już nie wierzy bezkrytycznie reklamie, pozostaje jednak bezbronna wobec „normalnego” programu. A przecież możemy się do naszego „normalnego” wystąpienia przygotować!</p> <p>Całodzienny warsztat medialny dla 2~6 osób.</p>
ERYSTYKA MEDIALNA , czyli dobre odpowiedzi na trudne pytania	<p>Kiedy dwóch kandydatów na prezydenta spiera się w debacie, trudno sobie wyobrazić, że jeden nagle mówi:</p> <p><i>„przekonał mnie Pan. Zmieniam zdanie, wycofuję się z wyborów, to Pan ma rację!”</i></p> <p>Może to przykre, ale taka sytuacja jest niemożliwa i nikt się jej nie spodziewa. Po co zatem uczestnicy biorą udział w tym przedstawieniu? Otóż adresatem argumentów, podchwytliwych pytań i ciętych odpowiedzi, okraszonych pewnym siebie uśmiechem nie jest adwersarz a WIDZ TELEWIZYJNY! To o niego idzie gra.</p> <p>Wszystkie ćwiczenia uczestników zostaną zarejestrowane a następnie odtworzone i omówione przez prowadzących.</p> <p>Całodzienny medialny warsztat językowy dla 2~6 osób.</p>
KRYZYS MEDIALNY , czyli studium przypadku	<p>Kryzys eskalujący w mediach – to ostatnia faza kryzysu, której nie da się już zamieść pod dywan.</p> <ul style="list-style-type: none">• Jak działa sztab kryzysowy?• Co robić w sytuacji kiedy wiadomości „wylały się”



	<p>do mediów?</p> <ul style="list-style-type: none">• Co mówić a czego nie mówić?• Do czego służą książki i strategie kryzysowe? <p>Uczestnicy dwudniowego szkolenia będą mogli sprawdzić osobiście wcielając się w role członków sztabu kryzysowego. Dwudniowa gra sytuacyjna ze stopniowo uwalnianymi wiadomościami, na które należy zareagować, pozwala przećwiczyć typowe zachowania w nietypowych sytuacjach i stanowi swoistą „szczepionkę” na spodziewane i niespodziewane sytuacje kryzysowe w Firmie.</p> <p>Dwudniowy warsztat medialny dla 6~8 osób.</p>
// WIZERUNEK – JAK CIĘ WIDZĄ	
BIZNESOWY SAVOIR-VIVRE , czyli etykieta w biznesie	<p>Pierwszy znany kodeks savoir-vivre’u powstał ok. 2500 lat p.n.e. na dworze egipskim. Ówczesni menadżerowie dowiadawali się, że aby zyskać serce szefa należy „śmiać się kiedy on się śmieje”.</p> <p>Między 1200 i 1500 rokiem pojawiły się nowożytne podręczniki, podejmujące m.in. temat gastronomicznego savoir-vivre’u: – „nie pluj na stół i polepę”.</p> <p>W XVI wieku zakaz plucia „na stół i nad stołem” wprowadzono na dworze angielskim, a Franciszek Słota w XV wieku rozwinął temat w krajowym wydaniu „O zachowaniu się przy stole”.</p> <p>Wysyp zasad, które obowiązują do dzisiaj nastąpił w wieku XIX wraz z rozwojem dyplomacji. Niezbędnym okazało się opracowanie reguł bezkonfliktowej współpracy, bezpiecznego biesiadowania, współżycia towarzyskiego i negocjacji.</p> <p>Dzisiejszy biznesowy savoir-vivre obficie korzysta z tamtych doświadczeń.</p>
PREZENCJA I STYL W BIZNESIE , czyli konsultacje ze stylistą stroju i makijażu	<ul style="list-style-type: none">• Jak się dobrze czuć w oficjalnym ubraniu?• Jak unikać kupowania tzw. „wisielców” czyli ubrań, które dobrze wyglądają na koleżance, wystawie w sklepie a później w... szafie?• Jak dobrać coś dla siebie, co będzie służyło długo i będzie dobrze się prezentowało?• Czy strój weekendowy musi tak bardzo różnić się od ubrania oficjalnego? A co z podróżami służbowymi?• Jak korygować ubraniem sylwetkę i jak sobie poradzić z biznesowym makijażem?• Jak dobrać dodatki: krawaty, paski, torebki, teczki, nakrycia głowy i buty? <p>Na te i inne pytania odpowiedzą styliści stroju i makijażu podczas zajęć samodzielnych lub połączonych z którymś z wymienionych obok modułów programów szkoleniowych.</p>