

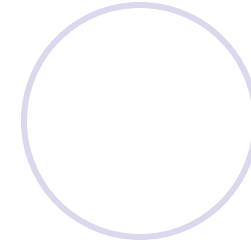
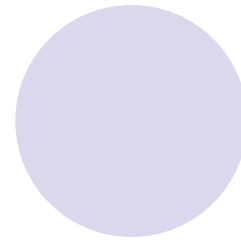
BIULETYN FIRMOWY

istota i materia

SZKOLENIE JEDNODNIOWE

Agnieszka Lis

PLAN SZKOLENIA



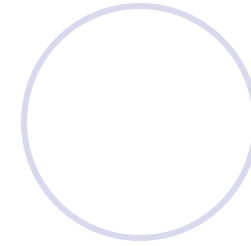
5 BLOKÓW

- GAZETA FIRMOWA – informacje ogólne
- KONSTRUKCJA GAZETY
- ZAWARTOŚĆ FIRMOWEGO BIULETYNU – istotne aspekty poprawności dziennikarskiej i pisarskiej
- OJCZYŻNA POLSzczyżna – czyli trochę o warsztacie
- SKĄD CZERPAĆ INSPIRACJE? - ćwiczenia
- KILKA SŁÓW PODSUMOWANIA



- ĆWICZENIA - w trakcie zajęć

INFORMACJE OGÓLNE



- Musimy odpowiedzieć sobie na kilka fundamentalnych pytań:
- - dla kogo powstaje firmowy biuletyn?
- - kogo interesuje?
- - co powinien zawierać?
- - co można zrobić, żeby miał wielu czytelników?
- - kogo reprezentujemy?
- - jak często powinien się ukazywać?
- - jaka powinna być jego objętość?
- - kto decyduje o jego zawartości?
- - cenzura?
- - i jeszcze wiele innych...

DLA KOGO PISZEMY? KOGO INTERESUJE FIRMOWY BIULETYN?

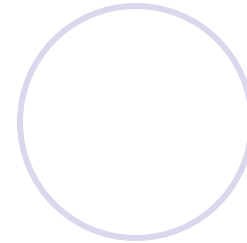
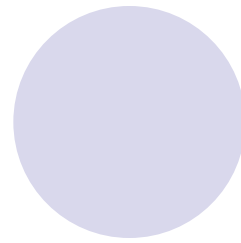
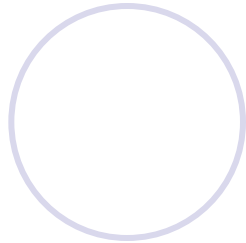
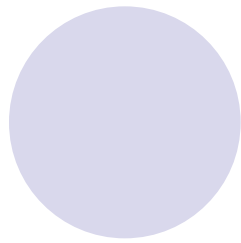


- Pracownicy – nasi Koledzy
- Związki zawodowe, samorządy pracownicze, komitety tematyczne, zespoły operacyjne
- Kadra kierownicza, Dyrekcja
- Klienci
- Szeroko pojęci interesariusze
- JEDNYM SŁOWEM - **WSZYSCY**

DZIENNIKARZ – kto to jest?



- SŁOWNIK JĘZYKA POLSKIEGO (PWN 1988):
- „Absolwent wydziału dziennikarskiego, osoba pisująca zawodowo artykuły do pism, pracująca w redakcji prasowej, radiowej lub telewizyjnej”.
- A WASZA DEFINICJA?



POWODZENIA!