

****

**Curiculă**

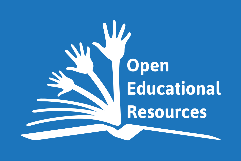
Photocase / FemmeCurieuse

**Relații publice și jurnalism**

**pentru formatorii care se adresează adulților**

**6 pași pentru a face educația adulților mai vizibilă în mijloacele de comunicare de masă**

**de către:   
Wilfried Frei, Bianca Friesenbichler, Lucia Paar | CONEDU (AT)   
Dr Michael Sommer | Akademie Klausenhof (GER)**



****

The European Commission Support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the view only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Conținut

[Vedere de ansamblu 3](#_Toc522278914)

[Nevoi și obiective 3](#_Toc522278915)

[Despre curiculă 4](#_Toc522278916)

[Compoziție 4](#_Toc522278917)

[Grupuri țintă 4](#_Toc522278918)

[Înțelegerea de bază a curiculei educative 4](#_Toc522278919)

[Abordarea didactică și metodică 5](#_Toc522278920)

[Sfat: Broșură gratuită ‘Scrieți pentru Europa’ 6](#_Toc522278921)

[Folosirea curiculei și utilizarea sa 6](#_Toc522278922)

[Certificare 6](#_Toc522278923)

[Seminar modular: ‘Relații publice și jurnalism pentru educatorii persoanelor adulte’ 8](#_Toc522278924)

[Cadrul de lucru al seminarului 8](#_Toc522278925)

[Module 9](#_Toc522278926)

[Modulul 1: ‘Valoarea de știre’ jurnalistică 9](#_Toc522278927)

[Modulul 2: Colectarea de informații relevante 11](#_Toc522278928)

[Modulul 3: Scrierea ca un proces de construcție/constructiv - între realitate, stereotipuri și PR 16](#_Toc522278929)

[Modulul 4: Utilizarea și conceperea de materiale scrise pentru mass-media on-line 18](#_Toc522278930)

[Modulul 5: Cum se poate face educația adulților mai vizibilă în mijloacele de comunicare de masă 20](#_Toc522278931)

[Modulul 6: Scrieți texte PR eficiente 24](#_Toc522278932)

[Valoare adăugată: Transfer și evaluare 27](#_Toc522278933)

**Creative Commons License. Licențiată sub o licență 4.0 internațională de tip Creative Commons Attribution-ShareAlike.**Poți să: Distribuie — copiază și redistribuie această operă în orice mediu sau format Adaptezi — remixezi, transformi, și construiești pe baza operei cu orice scop, chiar și comercial. Această licenţă este acceptabilă pentru Opere Culturale Libere. Licențiatorul nu poate revoca aceste drepturi atât timp cât respectați termenii licenței. Sub următorii termeni: Atribuire — You must give appropriate credit, provide a link to the license, and indicate if changes were made. You may do so in any reasonable manner, but not in any way that suggests the licensor endorses you or your use. Informaţii Distribuie în condiţii identice — Daca remixezi, transformi, sau construiești pe baza operei, trebuie să distribui contribuțiile tale sub aceeași licență precum originalul. Fără restricții suplimentare — Nu poți impune termeni juridici sau măsuri tehnologice t care restricționează din punct de vedere legal acțiunile altor utilizatori care sunt permise de către licență.  
  
Produs al proiectului ‘Lăsați Europa să Știe despre Educația Adulților’ (LEK-AE) finanțat prin Programul Erasmus+ / Parteneriat strategic, 2015-1-DE02-KA204-002327. Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene.  
 **Persoana/instituția responsabilă:** Katholische Erwachsenenbildung Deutschland e.V., Katholische Erwachsenenbildung Deutschland –Bundesarbeitsgemeinschaft e.V., Rheinweg 34, 53113 Bonn, Germania  
**Parteneri:** Akademie Klausenhof gGmbH (Germania), Dansk Folkeoplysnings Samråd (Danemarca), Kansanvalistusseura (Finlanda), Caixa de Mitos Lda (Portugalia), Asociația EUROED (România), European Association for the Education of Adults EAEA (Belgia), CONEDU - Verein für Bildungsforschung und -medien (Austria), Nordic Network for Adult Learning (Norvegia), Vrije Universiteit Brussel (Belgia)  
**Kontakt:** sommer@akademie-klausenhof.de



# Vedere de ansamblu

## Nevoi și obiective

Există mai mulți educatori de persoane adulte care doresc să comunice în mod corespunzător munca lor, experiențele lor particulare, metodele lor inovatoare și proiectele lor către partenerii lor europeni. A dori să împărtășiți cu oameni din alte țări sau din propria țară sau a fi capabili să faceți, de fapt, aceasta, nu este chiar același lucru. Barierele sunt de mai multe tipuri și pot fi, uneori, foarte greu de depășit. Acestea includ, de exemplu, diferențele de limbă, cultură și cunoștințe, dificultăți de comunicare și diferențe privind metoda de comunicare. Experiența câștigată prin munca editorială la Buletinele ‘European InfoNet Adult Education’ și ‘ELM – European Lifelong Learning Magazine’ (fostul buletin ‘LLLinE – Lifelong Learning in Europe’) a evidențiat existența unor **probleme și dificultăți** în următoarele domenii:

* Personalul profesional al institutițiilor care se ocupă de educația pentru adulți (pe scurt: AE - Adult Education) adesea nu au experiență în mass-media și activitățile jurnalistice.
* Educatorii pentru adulți precum și cercetătorii universitari (în domeniul AE) ar putea să nu aibă abilități de comunicare adecvate care sunt necesare pentru a exercita activități jurnalistice.
* Experiența și competențele (programe europene) managerilor de proiect ar putea fi prea limitate pentru a folosi elemente jurnalistice (cum ar fi mass-media on-line și socială) pentru activități de diseminare.
* Educația pentru adulți, adesea, nu este (re)prezentată prin mijloace și „voci“ profesionale.
* Este foarte dificil să se stabilească contacte pe termen lung cu mijloacele de comunicare de masă pentru o informare adecvată în domeniul educației adulților.
* Sunt puțini jurnaliști specializați în domeniul educației adulților și chiar și mai puțini jurnaliști care scriu în mod regulat despre educația adulților pentru cititorii din afara țării lor proprii.

Pentru a face față acestor nevoi a fost elaborat această curiculă educativă în cadrul proiectului „Să știm mai multe în Europa despre Educația Adulților - LEK-AE“. Această curiculă va fi - parțial sau complet - adoptată de către partenerii de proiect și alții pentru organizarea și realizarea de cursuri de formare în diferite țări europene.

Obiectivele **de bază** ale curiculei sunt următoarele:

* Cursanții/participanții învață să îți îmbunătățească abilitățile pentru domeniul mass-media, și capacitatea de a înțelege mai bine rolul mass-media când este vorba de informarea publicului și a specialiștilor cu privire la temele de educație pentru adulți
* Ei învață să înceapă să lucreze profesionist în relațiile cu publicul pentru educația adulților.
* Aceștia învață despre rolul și abordările (critice) ale jurnaliștilor și despre scrierea într-un mod jurnalistic, în scopul de a crea activități de PR de succes.
* Vor învăța cum se utilizează canale cum ar fi „E-platformă de învățare pentru adulți în Europa“ (EPALE), diferite reviste de educație a adulților la nivel național și european și media socială pentru a raporta cu privire la munca lor.
* Conștiința lor politică și critică cu privire la relația dintre mass-media, educație și societate va fi dezvoltată și aprofundată.

Declinare a responsabilității: Conținutul și modulele ale acestei curicule nu au fost concepute ca o formare profesională pentru jurnaliști profesioniști și, prin urmare, nu poate înlocui o instruire completă pentru profesioniștii din domeniul marketing.

## Despre curiculă

### Compoziție

Curicula constă dintr-un seminar pentru educatorii de adulți, cu șase module. Selectarea modulelor depinde de cerințele educatorul sau ale instituției care utilizează curicula. Cu unele modificări, modulele pot fi folosite independent, în funcție de obiectivele de învățare pentru care ați decis.

În plus față de modulele acestei curicule, formatorii pot folosi un joc de **simulare** care permite participanților să testeze unele activități practice și **webinarii** care oferă oportunități de învățare suplimentare. Ambele pot sprijini activitățile de învățare din cadrul curiculei și sunt disponibile pe site-ul LEK-AE.

### Grupuri țintă

Grupul țintă de bază cuprinde **membri ai instituțiilor de educație a adulților care lucrează** în managementul educațional, mai ales **în relațiile publice**. Prin urmare, programul de antrenament poate fi de ajutor pentru formatorii care încearcă să atragă atenția asupra muncii și a produselor lor. Cercetători activităților de învățământ cu o nevoie de a împărtăși rezultatele cercetărilor lor în mass-media sau prin auto-publicare pot, prin urmare, să dobândească abilități relevante prin această curiculă.

Pentru a putea comunica despre educația adulților, în diferite medii (on-line), participanții la instruire trebuie să aibă o perspectivă largă asupra educației adulților și nevoile sale. Instituțiile de învățământ pentru adulți - organizațiile de profit precum și ONG-urile - trebuie să își „vîndă“ cursurile lor și ofertele lor educaționale și să atragă participanți. Publicarea în diferite tipuri de mass-media pentru a aduce la cunoștința publicului subiectele de care se ocupă, ofertele lor de învățare și modul în care lucrează este una dintre mai multe strategii de marketing. Pentru a realiza publicații, este foarte util să înțelegem modul în care jurnaliștii lucrează, care sunt nevoile acestora și modul în care textele jurnalistice trebuie să fie scrise. Prin urmare, acest lucru ajută cu auto-publicarea pe site-urile instituționale, blogurile și media socială.

Jurnaliștii și profesioniștii în domeniul marketing nu sunt un grup țintă special al acestei curicule.

### Înțelegerea de bază a curiculei educative

* Educația adulților reprezintă o sarcină publică care include sprijinirea celor dezavantajați și lupta pentru un nivel mai ridicat de bază în ce privește competențele lingvistice, matematica sau abilitățile ITC în societate - acest subiect a fost ales ca un exemplu de mare relevanță În ceea ce privește nevoile de comunicare în aceste zile cu privire la educația adulților.
* În afară de alfabetizare, educația adulților conține, de altfel, și alte teme și sarcini importante. Curicula poate fi utilizată, în principiu, pentru a învăța despre orice alt subiect în tematica educației adulților.
* Jurnalismul face parte dintr-o comunitate democratică. De exemplu, sarcinile jurnalistice sunt cele de a selecta și a raporta (acoperirea unui subiect), precum și a sprijini societatea civilă pentru a fi o forță critică, dar în același timp și de a asigura o formă de divertisment pentru cititori/cititoare sau ascultători/ascultătoare.
* Relațiile cu publicul nu sunt, pur și simplu, informații cu privire la comercializarea produselor. Prin urmare, este vorba de sensibilizarea opiniei publice cu privire la producerea unui subiect și crearea unei imagini pozitive a unei instituții. Relațiile cu publicul pot fi un serviciu de sprijin pentru jurnaliști.
* Curicula este concepută ca un cadru pentru situații specifice, cum ar fi: programe de formare la nivel național. Oferta națională în sine trebuie să fie planificată și pregătită individual - cu accent pe problemele interne, naționale. Ofertele se pot referi la realitatea locală dar pot integra și aspecte europene.
* În ceea ce privește conținutul, curicula urmează o abordare în două etape: Înțelegerea metodelor profesionale de jurnalism (1) ce conduc la activități de relații publice mai bune (2) în domeniul educației adulților. Atunci când se determină o selecție de module, alegerea trebuie să conțină atât elemente privind înțelegerea cât și formarea de competențe.

### Abordarea didactică și metodică

* Curicula oferă un cadru pentru formatori provenind din diferite medii profesionale și naționale. Deși este bine dezvoltată și pregătită în aspectele detaliate, este un model care ar trebui să fie pus în aplicare cu păstrarea în minte a nevoilor și obiectivelor specifice ale grupului de cursanți.
* Educatorii pentru adulți ce pun în aplicare curicula sunt formatori precum și moderatori și ghiduri de învățare. Toată lumea ce pune în aplicare una sau mai multe dintre module trebuie să aibă cunoștințe și experiență profundă în domeniul comunicării cu privire la educația adulților cu ajutorul mass-media relevante.
* Curicula conține o varietate de metode, și anume un amestec de teorie de bază în diapozitive teoretice, plus discuții deschise, muncă individuală, în pereche sau în grup de lucru, precum și sesiuni de instruire și scriere. Formatul poate fi completat prin învățarea on-line, folosind metodologia webinarului, și prin rularea unei simulări.
* Cunoștințele deprinse de adulții care învață, mediul lor de proveniență și experiențele acestora sunt resurse importante și utile pentru procesul de învățare. De aceea, învățarea va fi extrem de reflectorizantă cu privire la aceste aspecte.
* Seminarul va fi de tip modular. Formatorii pot selecta acele părți ale seminarului care sunt interesante și relevante pentru ei/instituția lor/țara lor sau contextul lor profesional. La sfârșitul modulelor, transferul și evaluarea valorii adăugate pot fi folosite pentru a conchide procesul de învățare și apoi pentru a transfera cunoștințele acumulate înapoi, în mediul de acasă.
* Curicula va instrui în abilități practice. De aceea, scrierea este o parte a fiecărui modul al seminarului și al jocului de simulare.
* Evenimentele de tip webinar pot fi folosite pentru a sprijini diferitele module ale seminarului.
* Prin urmare, părți ale seminarului pot fi utilizate on-line, prin mijloace de comunicare digitale, chiar dacă acesta nu este scris explicit formulată în curiculă. Ca exemplu, ace de pereți de lucru, utilizați pentru expunerea de informații în sesiunile de brainstorming colaborative sau tehnologiile de webinar pot fi folosite pentru discuții sau învățare la distanță.

### Sfat: Broșură gratuită ‘Scrieți pentru Europa’

Pentru o introducere de bază în scrierea jurnalistică și relații publice pentru educația adulților în Europa vă recomandăm să citiți broșura de 24 de pagini ‘Scrieți pentru Europa’, un rezultat al parteneriatului de proiect ‘European Infonet - Educația Adulților’ - un predecesor al LEK-AE. Broșura se bazează pe activitatea de dezvoltare și experiența a zeci de corespondenți din instituțiile de AE, reviste AE și a ziariștilor care lucrează independent în întreaga Europă, care au contribuit cu articole în platforma Infonet între anii 2004 și 2015. Formatorilor și cursanților li se recomandă în mod deosebit să utilizeze broșura ca parte a pregătirii lor.

Descarcă gratuit de la:  
<https://www.let-europe-know.eu/app/download/12299100649/Writing+for+Europe.pdf?t=1534337174>

### Folosirea curiculei și utilizarea sa

Curicula trebuie să fie înțeleasă ca un cadru de a proiecta și implementa sesiuni de instruire luând în considerare cerințele locale sau regionale, obiectivele instituției și nevoile cursanților.

În primul rând, utilizarea acestei curicule se bazează pe obiective precum și pe abilitățile acestor formatori și facilitatori, care vor implementa programul de instruire pe de-a întregul sau parțial.

Vă rugăm să vă gândiți la următoarele aspecte înainte de a planifica propria sesiune de instruire folosind acest material:

* Care sunt obiectivele mele/noastre specifice cu această instruire?
* Cine este grupul țintă specific; Cine suntem / Ating acest subiect   
  (gândiți-vă la competențe, calificări, profiluri de locuri de muncă, nevoile de învățare)?
* Cât de bine sunt eu informat/cât de bine stăpânesc cerințele modulelor pe care doresc să le pun în aplicare? Cine altcineva mă poate ajuta cu asta?

Potrivit răspunsurilor dumneavoastră, puteți să:

* specificați obiectivele
* selectați și combinați modulele care urmează să fie implementate
* invitați cursanții să participe la activitățile de instruire

### Certificare

Partenerii LEK-AE au efectuat o mică cercetare cu următoarele constatări: Posibilitățile de a furniza certificate recunoscute pentru cursanții din această programă sunt extrem de diverse în diferite țări și sunt aplicabile diferit pentru diferiți furnizori și contexte. Dacă doriți să certificați rezultatele învățării dobândite, vă recomandăm următoarele:

1. Puneți în aplicare o procedură de **documentare privind rezultatele învățării**, precum un portofoliu de materiale pe care le-au creat cursanții în timpul procesului de învățare, completată cu o auto-reflecție scrisă asupra procesului de învățare și/sau o dovada de transfer a competențelor, precum un articol redactat, un text PR, contribuții într-un blog etc. Acest lucru face învățarea vizibilă și ajută la recunoașterea sau acreditarea învățării. În plus, puteți folosi acestea ca o dovadă a realizărilor obținute, ce poate fi confirmată printr-un certificat sau insignă (așa cum este descris în cele ce urmează).
2. Furnizarea de **certificate** în cazul în care cursanții au participat la o **cantitate corespunzătoare de module** (de exemplu, 3-6), comparativ cu cerințele de achiziționare de competențe și cu obiectivele de învățare identificate în prealabil. Un certificat ar trebui să conțină cel puțin un titlu, rezultatele învățării și modul în care cursantul le-a atins (cum ar fi un portofoliu), precum și cantitatea de învățare (prezența la cursuri, posibil suplimentată de învățarea independentă înainte/după seminar/în atelierul de lucru), precum și informații privind emitentul certificatului. Vă rugăm să adăugați o referință la proiectul LEK-AE și această publicație.
3. Open Badges (<https://openbadges.org>) este în continuă creștere privind popularitatea și acceptarea, și ați putea considera adăugarea de **insigne Open Badges** ca o formă digitală disponibilă pentru de înregistrarea rezultatelor de învățare. Acest lucru este valabil pentru părți din program (cum ar fi: sarcini de micro-învățare) sau pentru toate modulele de instruire. Aici sunt necesare aceleași pregătiri ca și în cazul în care ați proceda la emiterea unui certificat. Cu alte cuvinte, aveți nevoie ca cursanții să colecteze și să prezinte documentația aferentă solicitată. Deci, va trebui să descrieți rezultatele învățării/competențele dobândite pentru fiecare modul reprezentat de o insignă. Utilizați descrierea obiectivelor prevăzute în curiculă pentru a descrie abilitățile.

# Seminar modular: ‘Relații publice și jurnalism pentru educatorii persoanelor adulte’

Acest curriculum este un cadru care conține un set de module pentru a planifica și a oferi cursuri de formare pentru educatorii de adulți care sunt interesați în publicare și este menit să atragă atenția asupra educației adulților și învățare folosind mass-media și în mod special mass-media on-line, în acest proces.

Modulele pot fi selectate pe baza unor obiective, cunoștințele anterioare ale cursanților, etc. În ansamblu, ele se bazează una pe alta, cu toate că doar câteva dintre ele sunt folosite și combinate pentru un grup țintă specific. Acestea au fost proiectate cu un seminar clasic sau atelier de lucru. Cu toate acestea, unele dintre ele pot fi chiar folosite pentru instruirea la locul de muncă sau ca webinarii în cadrul unei conferințe video.

## Cadrul de lucru al seminarului

**Mărimea grupului:** până la 16 participanți

**Cerințe pentru participanți:** Cursanții știu despre educația adulților, în general, și propriul lor domeniu profesional în sectorul învățării în rândul adulților; ei au o anumită experiență de bază în scris, PR și/sau texte jurnalistice

**Durata:** Fiecare modul este proiectat să dureze 3 până la 4 ore; cantitatea de timp necesară este adaptabilă la cunoștințele anterioare ale participanților și la obiectivele lor specifice. Pauzele trebuie să fie adăugate într-un mod adecvat pentru nevoile individuale

**Certificare:** Dacă doriți să emiteți un certificat, vă rugăm să luați în considerare indicațiile oferite în secțiunea de mai sus, „Despre curriculum“.

Fiecare modul este descris într-un mod comun, respectiv cu privire la timpul și materialele necesare precum și la metoda, sarcina și obiectivele acestuia. Codurile sarcinilor se referă la paragraful ‘Materiale și sfaturi pentru formatori’ din Anexă. Acolo veți găsi sfaturi și recomandări de legături web pentru sarcina respectivă.

## Module

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **1.) ‘Valoarea de știre’** jurnalisticăCe face un articol relevant pentru cititori?  Selectarea și structura informațiilor (importante și interesante față de informații plictisitoare) și idei concrete pentru povești. | **2.) Colectarea de informații relevante**  Unde și cum pot aduna informațiile necesare pentru a transmite mesajul meu mai departe? Platforme de informare și mass-media în domeniul educației adulților, interviuri ca sursă de informații cu privire la această tematică (efectuarea, transcrierea și trimiterea de mesaje text). | **3.) Scrierea este un proces de construcție** Între realitate, stereotipuri și PR - de la percepție la descrierea realității  Valori și atitudini în jurnalism, constructivismul și relația de adevăr, realitate, obiectivitate și subiectivitate |
| **4.) Utilizarea și conceperea de materiale scrise pentru mass-media on-line**  Un modul pentru auto-publicarea și publicare prin internet  Uz personal de mass-media, media on-line față de presa scrisă, cerințele de scris pentru mass-media on-line | **5.) Cum se poate face educația adulților mai vizibilă în mijloacele de comunicare de masă**  Unde și cum  Media europeană (on-line), mass-media privind educația adulților, scrierea textelor jurnalistice și mai ales de titluri și teasere/introduceri  Cum să contactați persoanele media | **6.) Scrieți texte PR eficiente**  Cum se descrie educația adulților pentru cei ce pe care doresc să îi interesez în tematica AE Concentrați-vă pe fapte și de conținut, creativitate și umor în texte, organizarea muncii de PR |
|  | **Valoare adăugată: Transfer și evaluare** |  |
|  | Intră în acțiune când vă întoarceți înapoi acasă/la locul de muncă, și începeți un proces de reflecție și evaluare asupra procesului de învățare și a rezultatelor învățării. |  |

### Modulul 1: ‘Valoarea de știre’ jurnalistică

#### Obiective

* Participanții știu despre criteriile jurnalistice pentru selectarea informațiilor relevante.
* Participanții sunt conștienți de importanța comunicării cu privire la educația adulților.
* Participanții sunt capabili de a găsi și de a selecta valoarea de știri în domeniul lor individual de muncă.
* Participanții au primele idei pentru povești.

#### Cerințe și material

* Notebook-uri, computere sau tablete cu conexiune la internet pentru fiecare participant
* Accesul la Internet
* Echipament Flipchart și de prezentare
* Ziarele locale și/sau print-uri de știri on-line jurnalistice

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **min.** | **Metodă** | **Sarcină** | **Obiective** | **Materiale** | **Cod[[1]](#footnote-1)** |
| 10 | Deschidere | Formatorii introduc și informează despre structura cursului. |  | Powerpoint 1 și 2 |  |
| 15 | Lucrul în pereche (‘partener de interviu’) | Participanții formează perechi și se intervievează reciproc:   * despre situația lor de fond * despre experiența partenerului/partenerei în scrierea de texte de PR și/sau jurnalistice * despre așteptările partenerului/partenerei de la acest seminar | Participanții obțin o primă impresie despre experiențelor și așteptările grupului și pot relaționa mai ușor unii cu alții.  Participanții reflectă la relevanța informațiilor și a ceea ce poate fi lăsat afară |  |  |
| 5 | Input | Formatorii oferă un scurt input privind: Jurnalismul ca reducere a complexității | Powerpoint 3, 4 |  |
| 10 | Munca individuală | Participanții aranjează informațiile dintr-un text scurt în trei cutii:   * foarte important și interesant * important și interesant * neinteresant - se poate renunța la ele | Powerpoint 5, documentul 1 materiale pentru formatori | A |
| 30 | Plen | Participanții aranjează informațiile despre partenerii lor de interviu în cele trei casete și prezintă informații importante plenului în termen de max. trei minute. | 2 Flipchart-uri  (colectare de experiențe despre una, așteptări despre cealaltă) |  |
| 5 | Plen | Formatorii reiau așteptările și clarifică care dintre ele pot fi îndeplinite și care dintre ele nu pot fi tratate în timpul seminarului. | Participanții știu ce subiecte pot fi abordate în cadrul seminarului |  |  |
| 15 | Munca individuală | Participanții răsfoiesc ziare locale și știri on-line și marchează articole despre educația adulților. | Participanții devin conștienți de reprezentarea educației adulților în mass-media. | Notebook-uri, telefoane mobile sau tablete cu conexiune la internet, acces la internet |  |
|  | Discuții libere | Participanții discută următoarele subiecte:   * Câte articole despre educația adulților s-au găsit? * Ce anume conțin acestea? (🡪 Ce subiecte specifice / focare de interes sunt interesante pentru jurnaliști / mass-media?) * De ce educația adulților abia apare ca un subiect în mass-media? * Ce piese de informații cu privire la domeniul educației adulților ar fi interesante pentru public, chiar dacă nu sunt găsite în ziare sau știri on-line? |  |  |
| 5 | Input | Formatorii descriu „valoarea de știri“ și oferă exemple. | Participanții știu ce valoare are o știre și sunt în măsură să identifice știrile într-un text. | Powerpoint 6, 7, 8, 9 |  |
| 45 | Munca de grup | Participanții se reunesc în 3 grupuri. Fiecare grup citește un text diferit despre competențe de bază / alfabetizarea. Ei notează valoarea de știri a textului și colectează idei despre modul în care textul ar putea deveni mai interesant. | 3 texte de o pagină privind abilitățile de bază / alfabetizarea (documentul 2 competențe fundamentale) |  |
| 10 | Prezentarea rezultatelor | Un vorbitor al fiecărui grup prezintă rezultatele. | Flipchart (pentru a afișa rezultatele) |  |
| 15 | Brain-walking  și scriere | Participanții se plimbă în jurul camerei și colectează idei pentru știri / subiecte care ar putea fi interesante pentru educația adulților / în contextul lor de lucru, pe care le scriu pe flipchart-urile goale. (Mișcarea și scrierea celorlalți participanți pot fi o sursă de inspirație.) | Participanții găsesc idei pentru subiecte noi în domeniul educației adulților. | 3 flipchart-uri goale (numai titluri) |  |
| 5 | Munca individuală | Participanții selectează acele idei care se potrivesc cu munca lor specifică și scriu primele idei ale unei povești. | Foi de hârtie goale |  |
|  | Închidere | Formatorii închid seminarul. Opțional: Formatorii oferă o privire de ansamblu asupra următoarelor module. |  |  |  |

### Modulul 2: Colectarea de informații relevante

#### Obiective

* Participanții pot utiliza strategii de căutare on-line.
* Participanții cunosc platforme on-line naționale și internaționale relevante pentru cercetarea informațiilor din domeniul educației adulților.
* Participanții știu despre interviuri ca surse de informație.
* Participanții cunosc metodele de intervievare și reflectă la interviuri ca intervievatori și intervievați
* Participanții pot reduce informațiile și pot folosi diferite surse pentru un text

#### Cerințe și materiale

* Notebook-uri, computere sau tablete cu conexiune la internet pentru fiecare participant
* Accesul la Internet
* Flipchart
* Pin board

**Notă: Acest modul include o sesiune de instruire individuală care poate avea loc pe parcursul cursului (adăugați 2-3 ore de curs) sau între două sesiuni. Prin urmare, este nevoie de mai mult timp decât celelalte și poate fi împărțit într-un curs de follow-up.**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **min.** | **Metodă** | **Sarcină** | **Obiective** | **Materiale** | **Cod** |
|  | Deschidere | Formatorii introduc sau informează despre structura cursului. |  | Powerpoint 10 |  |
| 20 | Colectarea deschisă a strategiilor de căutare deja existente în plen | Participanții discută următoarele subiecte:   * Ce surse folosesc pentru a găsi informații? * Dacă aveți deja un subiect pentru o poveste, cum căutați informații? * Ce baze de date și platforme de informații folosiți?   Răspunsurile sunt colectate și grupate. | Participanții cunosc strategii și surse pentru colectarea de informații despre anumite subiecte și știu cum să le utilizeze.  Participanții cunosc platforme pentru a căuta informații despre subiectele educației adulților. | Flipchart  (protocol răspunsuri) |  |
| 30 | Input | Formatorii arată câteva platforme de informare de nivel European și național și media cu acces deschis, privind educația adulților. | Powerpoint 11-18 |  |
| 60 | Munca individuală | Participanții realizează următoarele sarcini:  Doriți să promovați un nou proiect de alfabetizare pentru un grup țintă special (cum ar fi refugiați, vorbitori nativi...) în țara dvs.. Diferă de cursurile de limbă obișnuite în abordarea didactică. Are un format practic. Profesorii de limbi străine colaborează cu artiștii, iar accentul se pune pe munca creativă în combinație cu învățarea limbilor străine.   * Participanții caută date privind numărul de persoane cu abilități scăzute de citire sau scriere în țara lor și în întreaga Europă. * Participanții caută alte informații de fundal care îi ajută să descrie de ce proiectul este necesar, cine poate ajuta și de ce abordarea didactică specifică promite succesul.   Participanții sumarizează cele mai importante rezultate în puncte cheie, utilizând carduri de moderare (note cu surse pentru referință). | Notebook-uri sau calculatoare cu acces la internet | B |
| 5 | ‘Expunerea’ rezultatelor | Participanții își fixează cardurile de moderare pe un bord și se plimbă pentru a citi constatările celorlalți. Formatorii pot oferi informații suplimentare și link-uri și le pot fixa pe tabla de lucru. | Pin board, o listă de legături web și carduri de moderare (documentul ‘Materiale și sfaturi pentru formatori’) |  |
| 15 | Input | Formatorii oferă informații despre interviu ca metodă de colectare a informațiilor și despre modul de a pune întrebări. | Participanții cunosc metodele de a pune întrebări în timpul unui interviu și au experiență de interviuri în diferite roluri.  Participanții știu cum să ofere interviuri. | Powerpoint 19, 20 |  |
| 20 | Formare, simulare de interviu | 2 participanți intervievează 1 persoană. Această persoană acționează ca o persoană direct interesată de tema ‘Lupta pentru abilități de bază cum ar fi alfabetizare, capacitatea de a număra’, așa cum ar face-o un politician local, un proprietar de afacere, un furnizor de AE | Informații pentru persoana intervievată (cum ar fi datele naționale și internaționale; documentul 3 interviev și documentul 1 materiale pentru formatori); de exemplu, utilizați descrierile rolului din jocul de simulare LEK-AE. | C |
| 20 | Reflectare în plen | Participanții reflectă asupra interviului, formatorii facilitează discuția   * Ce metode de a pune întrebări au fost folosite? * Ce a fost ușor și de ajutor? * Ce a fost dificil și nu a fost util? |  |  |
| 10 | Input | Formatorul oferă informații despre modul de a oferi răspunsuri corecte și cum să evitați capcanele în timpul unui interviu. | Powerpoint 21 |  |
| 5 | Instruire la interviu (lucru individual sau în perechi) | Participanții găsesc o persoană să intervieveze despre un subiect curent al instituției participantului (sau unul care a fost colectat la sfârșitul modulului 1) și să intervieveze această persoană după seminar. Ulterior, ei transcriu interviul pentru unitatea următoare. |  |  |
|  | Opțional: Închidere | Formatorii închid seminarul. Opțional: Formatorii oferă o privire de ansamblu asupra următoarelor module. |  |  |  |
| *Acum, cursanții ar trebui să aibă timp să facă interviul. Dacă există suficient timp în timpul seminarului, participanții pot efectua un scurt interviu prin telefon sau prin Skype și îl pot transcrie (sunt necesare 2-3 ore). O altă alternativă este munca în perechi de două persoane, astfel încât 2 participanți să țină interviuri între ei, apoi să facă o transcriere și așa mai departe. Folosind următoarea secvență ca follow-up, vă puteți permite mai multe zile sau săptămâni pentru interviuri și apoi să continuați.* | | | | |  |
|  | Opțional: Deschidere | Formatorii introduc sau informează despre structura cursului sau a sesiunilor de follow up. |  |  |  |
| 15 | Reflectare în plen | În următoarea unitate, formatorul cere participanților să le spună celorlalți despre experiențele lor în interviuri. Participanții își schimbă experiențele. Formatorul colectează observații relevante pentru a documenta experiența și învățarea. |  | **Flipchart** |  |
| 10 | Input | Formatorul oferă sfaturi despre cum să scrie un articol bun folosind o transcriere a interviului. | Participanții știu cum să dezvolte un text pe baza unei transcrieri  și sunt capabili să scrie un articol dintr-o transcriere. | Powerpoint 22  Exemplu de articol bun de interviu (Documentul 1 materiale pentru formatori) | D |
| 45 | Lucrul individual cu textul (scrierea unui interviu) | Participanții transformă acum transcrierea interviului într-un articol; Formatorii răspund la întrebările care pot apărea și ajută la nevoie;  Participanții care doresc feedback despre textul lor pot să-l dea la formatori pentru revizuire. Feedback-ul este oferit ulterior prin e-mail. | *Adresele de e-mail* |  |
|  | Închidere | Formatorii închid seminarul. Opțional: Formatorii oferă o privire de ansamblu asupra următoarelor module. |  |  |  |
| *După seminar* | *Corespondența prin e-mail* | *Participanții primesc feedback cu privire la textele lor prin e-mail.* |  | *Adresele de e-mail* |  |

### Modulul 3: Scrierea ca un proces de construcție/constructiv - între realitate, stereotipuri și PR

#### Obiective

* Participanții sunt conștienți că distribuția de informații este întotdeauna conectată cu interesele.
* Participanții sunt conștienți de amenințarea propagandei și a „știrilor false”.
* Participanții sunt conștienți de faptul că mass-media nu reprezintă realitatea, ci rezultatul unui proces constructivist.
* Participanții pot identifica articolele PR și le pot distinge de articolele jurnalistice.
* Participanții sunt mai critici în utilizarea mass-media on-line ca cititori și scriitori.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **min.** | **Metodă** | **Sarcină** | **Obiective** | **Materiale** | **Cod** |
|  | Deschidere | Formatorii introduc sau informează despre structura cursului. |  | Powerpoint 23 |  |
| 10 | Demonstrație | Formatorii prezintă exemple de falsuri / manipulare de poze, știri și propagandă. | Participanții sunt conștienți de faptul că nu există obiectivitate în mass-media. | Powerpoint 24-27 |  |
| 30 | Discuții libere | Participanții discută următoarele subiecte în plen:   * Cum se manipulează informațiile obiective în mass-media (în țara dvs.)? * Puteți găsi exemple de propagandă (în țara dvs.) - poate chiar despre învățarea în rândul adulților? * Cum putem aproxima termeni de genul „obiectivitate” sau „adevăr”? | Participanții reflectă asupra modalităților de apropiere a obiectivității în mass-media. | Flipchart (pentru protocolul de idei privind ultima întrebare) |  |
|  | Input | Formatorii rezumă discuția și punctele principale. | Participanții reflectă asupra modalităților de apropiere a obiectivității în mass-media. | Powerpoint 28,29 |  |
| 20 | Input | * Formatorii introduc subiectul „Constructivismul în jurnalism și educația adulților” | Participanții știu că realitatea nu este obiectivă, ci rezultatul unui proces constructivist. | Powerpoint 30 |  |
| 45 | Munca de grup | Participanții formează grupuri de 4 persoane, citesc și discută 2 sau 3 articole diferite pe un subiect din grup. Ei vor afla:   * Care sunt elementele PR? * Care sunt elementele jurnalismului critic? * Există stereotipuri în texte?   Care sunt diferențele dintre PR și jurnalism? | Participanții sunt capabili să facă diferența între PR și jurnalism și sunt conștienți de rolul și sarcinile personalului PR.  Participanții sunt capabili să filtreze elemente ale PR dintr-un text (și să îl transforme într-un articol jurnalistic). | Un comunicat de presă și unul sau două articole de ziar diferite pe aceeași temă (Documentul 1 materiale pentru formatori) | E |
| 30 | Sesiunea în plen | Fiecare grup prezintă rezultatele muncii și discuțiilor din grup.  Apoi, plenul discută ce înseamnă aceasta pentru munca cuiva (pentru scrierea sa). | Flipchart (protocol al rezultatelor discuției)  *Suplimentați conținutul Powerpoint 31, dacă este necesar* |  |
| 10 | Input (în plus față de rezultatele sesiunii plenare) | Instructorul oferă informații despre subiectul „Relații publice și educație pentru adulți” | Powerpoint 32 |  |
| 45 | Munca individuală | Participanții scriu acum un scurt articol jurnalistic bazat pe un comunicat de presă despre o nouă ofertă de alfabetizare a unei instituții de învățământ pentru adulți și despre câteva informații științifice despre acest subiect. | Comunicat de presă (documentul 1 materiale pentru formatori)  Informații privind gradul de alfabetizare / analfabetismului (documentul 4 alfabetizarea) | F |
| 20 | Feedback pentru grupurile de lucru în pereche | Participanții lucrează în pereche, citesc și oferă feedback despre articolul celuilalt, ținând seama de rezultatele lucrărilor de grup privind diferențele dintre articolele PR și jurnalistice. |  |  |
|  | Închidere | Formatorii închid seminarul. Opțional: Formatorii oferă o privire de ansamblu asupra următoarelor module. |  |  |  |

### Modulul 4: Utilizarea și conceperea de materiale scrise pentru mass-media on-line

#### Obiective

* Participanții sunt conștienți de propria lor utilizare (privată și de muncă) a mass-mediei.
* Participanții au o imagine de ansamblu asupra diferitelor tipuri de medii on-line.
* Participanții cunosc despre cerințele speciale de scris pentru mass-media on-line.
* Participanții știu cum să utilizeze mediile sociale pentru distribuirea informațiilor.
* Participanții sunt conștienți de tipurile de mijloace media pe care le pot folosi pentru activitatea PR sau jurnalistică în educația adulților.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **min.** | **Metodă** | **Sarcină** | **Obiective** | **Materiale** | **Cod** |
|  | Deschidere | Formatorii introduc sau informează despre structura cursului. |  | Powerpoint 33 |  |
| 10 | Munca individuală | Participanților li se cere să se gândească la propria lor utilizare a mass-mediei:   * Ce mass-media folosiți în mod privat și la locul de muncă? (TV, radio, ziare, internet, jurnale științifice) * În ce scop le folosiți? (Informații, divertisment, comunicare)   Apoi li se cere să lipsească punctele lor în matrice. | Participanții sunt conștienți de utilizarea personală a mijloacelor de informare în masă. | Diagramă pregătită cu un tabel / matrice pe un flipchart;  10 puncte lipicioase pentru fiecare persoană |  |
| 15 | Moderarea și discuție | Formatorii oferă un rezumat, în plen se discută particularitățile. |  |
| 10 | Input | Formatorii oferă informații despre utilizarea mijloacelor de informare în Europa și structura mass-mediei. | Participanții cunosc evoluțiile recente și structura mass-mediei din Europa. | Powerpoint 34,35,36 |  |
| 25 | Discuții libere în plen | Participanții discută următoarele subiecte:   * Ce înseamnă acest lucru pentru PR în educația adulților? * Ce media folosim deja pentru a vă publica informațiile dvs.? * Ce mass-media nu ați luat în considerare încă, dar ar trebui să ne folosim de ea în viitor? * Ce mijloace media nu sunt accesibile pentru noi și de ce nu? | Participanții pot conecta utilizarea și structura media cu PR în domeniul educației adulților și al domeniului lor de lucru concret. | Flipchart (pentru protocolarea ideilor) |  |
| 15 | Input | Formatorii informează despre utilizarea mijloacelor media on-line (și a rețelelor sociale) | Participanții știu despre posibilitățile și utilizările specifice ale mass-mediei on-line.  Participanții știu ce este important să țineți cont atunci când scrieți pentru mediile on-line și sociale. | Powerpoint 37,38,39,40 |  |
| 30 | Discuții de grup cu exemple | Formatorii prezintă exemple de bune practici pentru postările de pe Facebook, tweet-urile, intrările de pe site, buletinele de știri și articolele de practică din jurnalele on-line.  Participanții formează grupuri de 4 și discută de ce aceștia sunt exemple de bună practică (ceea ce s-a făcut bine). Ei notează rezultatele discuțiilor pe cardurile de moderare. | Articole finale, postări, buletine de știri, înscrieri pe site-uri pe alte teme din domeniul educației adulților (Document 1 ‘materiale pentru formatori’)  Carduri de moderare în diferite culori (o culoare per canal) | G |
| 90 | Munca individuală | Participanții scriu un scurt articol despre o nouă ofertă de alfabetizare / dezvoltare de abilități de bază ale unei instituții de educație pentru adulți pentru diverse media / canale on-line:   * Articol Facebook * tweet * un scurt articol sau un articol pentru site-ul instituției * un buletin informativ * un scurt articol pentru un jurnal on-line | Informații despre ofertă și unele informații de bază despre alfabetizare / analfabetism / educație de bază (Document 4 alfabetizare’și documentul 1 materiale pentru formatori) | H |
| 15 | Reflecție asupra sarcinii | Formatorii moderează o scurtă reflecție asupra sarcinii anterioare și a experiențelor individuale cu scrierea pentru diferite media on-line (ceea ce este de obicei folosit, ceea ce nu este, ceea ce era ușor de scris, ceea ce era dificil ...). |  |  |
| 15 | Sesiunea în plen | Fiecare grup introduce cardurile de moderare de pe placa cu pin-uri. Formatorii sumarizează rezultatele. | Placa cu titlurile pentru fiecare canal (potrivire de culoare cu cardurile de moderare) |  |
| 10 | Munca individuală | Participanții se gândesc la ce mijloace de comunicare ar putea fi utile pentru munca lor și ar trebui folosite în viitor (dincolo de ceea ce este deja folosit). | Participanții cunosc posibilități suplimentare pentru o utilizare viitoare a mijloacelor de informare în masă. |  |  |
|  | Închidere | Formatorii închid seminarul. Opțional: Formatorii oferă o privire de ansamblu asupra următoarelor module. |  |  |  |

### Modulul 5: Cum se poate face educația adulților mai vizibilă în mijloacele de comunicare de masă

#### Obiective

* Participanții sunt conștienți de modul în care educația adulților este (cu greu) reprezentată în mass-media.
* Participanții au idei despre modul în care educația adulților poate deveni mai vizibilă în mass-media.
* Participanții se simt încurajați să publice în mass-media europene privind educația adulților.
* Participanții sunt conștienți de importanța titlurilor și a introducerilor (în special) în mass-media on-line.
* Participanții practică în titluri, teaseri / introduceri și texte conform criteriilor jurnalistice.

#### Cerințe

* Notebook-uri, computere sau tablete cu conexiune la internet pentru fiecare participant
* Accesul la Internet
* Flipchart
* Pin board

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **min.** | **Metodă** | **Sarcină** | **Obiective** | **Materiale** | **Cod** |
|  | Deschidere | Formatorii introduc sau informează despre structura cursului.. |  | Powerpoint 41 |  |
| 15 | Munca de grup | Participanții caută ziare / reviste sau mass-media on-line pentru povestiri cu teme de educație pentru adulți și le taie și colectează. | Participanții cunosc poziția educației adulților în mass-media. Participanții sunt conștienți de posibilele modalități de a poziționa educația adulților în mass-media. | Copii de ziare, reviste; sau o selecție de linkuri către mediile on-line (lista de legături web, de exemplu pe padlet.com) și dispozitivele cu conexiune la internet și browsere |  |
| 45 | Prezentarea posterelor și discuții în plen | Participanții își lipesc rezultatele pe un poster (și / sau pe o placă digitală, cum ar fi padlet.com). Formatorii îi ajută să clasifice rezultatele după tipuri de intrare de date (cum ar fi articole / rapoarte, anunțuri ...).  Formatorii facilitează o discuție pe tema:   * Ce conținut de educație pentru adulți putem găsi în mass-media? * Ce conținut nu apare în mass-media, dar ar fi important / relevant pentru public? * Cum putem publica acest conținut în mass-media? * Cum ar putea fi poziționată mai bine educația adulților în mass-media?   Formatorii rezumă rezultatele discuției și, dacă este necesar, adaugă puncte. | Poster, lipici  Flipchart (protocolarea rezultaetlor discuției)  Și/sau proiector și notebook |  |
| 60 | Input și demonstrație | Formatorii (și, dacă este disponibil, un furnizor național EPALE) prezintă 3 exemple de mijloace media on-line europene privind educația adulților: revista ELM, platforma EPALE și un jurnal sau platformă națională (în limba seminarului, relevante pentru comunitățile participanților ...).   * Ce fel de mass-media există în lume? * Ce fel de texte publică? * Ce fel de conținut publică? * Cine sunt cititorii acestui mediu? * Cine poate publica în acest mediu? * Cum pot participanții să publice în acest mediu? * De ce ar fi util ca participanții (și instituțiile lor) să publice în acest mediu? | Participanții cunosc canalele europene on-line concrete despre educația adulților și know how și de ce să publice în ele. | Acces on-line  *Dacă este posibil: Invitarea furnizorului național EPALE sau a altui reprezentant al unei mass-media AE* |  |
| 20 | Brainstorming (munca în pereche) | Participanții lucrează în pereche și dezvoltă idei pentru articolele concrete pentru EPALE și ELM. | Participanții sunt capabili să evalueze ce subiecte sunt adecvate pentru platformele ELM și EPALE. | Dosar cu criterii de publicare în EPALE, documentul 5 EPALE; Luați în considerare și ELM (<http://www.elmmagazine.eu/what-is-elm/>) |  |
| 30 | Discuția ideilor (sesiune plenară) | Participanții își spun reciproc ideile. Formatorii (și, dacă sunt disponibili, furnizorii naționali EPALE) îi ajută să evalueze ideile:   * Care dintre ideile de articole colectate se potrivesc pentru EPALE și ELM? * La ce altă sursă (probabil națională) ar putea să se potrivească?   La sfârșitul acestei discuții, fiecare participant are cel puțin o idee concretă pentru un articol pentru EPALE sau ELM. |  |
| 30 | Input | Criterii pentru articole bune (jurnalistice) și importanța introducerii, în special în mass-media on-line | Participanții cunosc criteriile pentru textele jurnalistice (în special pentru mediile on-line) și pentru introducerile care atrag cititorii. Participanții practică scrierea de texte jurnalistice. | Powerpoint 42-46 |  |
| 15 | Munca individuală | Participanții găsesc un titlu și un teaser (text scurt) pentru articolul pentru EPALE sau ELM. |  |  |
| 15 | Prezentarea exercițiului și discutarea rezultatelor | Fiecare participant/ă își prezintă prima propoziție. Apoi, formatorul moderează o discuție deschisă: Care sunt aspectele care invită cititorii să continue să citească textul și de ce? | Flipchart (sumar și protocol privind ceea ce deja funcționează și ceea ce este încă dificil) |  |
| 45 | Munca individuală | Participanții scriu acum un articol pentru EPALE sau ELM. | Notebook, tabletă sau computer cu acces la internet pentru a căuta informații de fundal |  |
| 30 | Feedback pentru grupurile de lucru în pereche | Participanții lucrează în perechi, citesc articolul partenerului și oferă feedback. |  |  |
|  | Închidere | Formatorii închid seminarul. Opțional: Formatorii oferă o privire de ansamblu asupra următoarelor module. |  |  |  |

### Cum să contactați persoanele media

***Obiective***

* Participanții cunosc noțiunile de bază despre cum să contacteze jurnaliști, influențatori și promotori.
* Participanții pot găsi influențatori, promotori și jurnaliști pentru obiectivele lor.
* Participanții pot utiliza strategii pentru a intra în contact cu jurnaliști, promotori și influențatori.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **min.** | **Metoda** | **Sarcina** | **Obiectiv** | **Materiale** |
| 45 | Implicare | Formatorul oferă informații despre jurnaliști și influențatori, precum și despre promotori și despre cum să obțineți o poveste în mass-media. | Participanții cunosc noțiunile de bază despre cum să contacteze jurnaliști, oameni de influență și promotori. | Ghidul de comunicare al Educatorilor pentru Adulți (în special capitolul 4); Documentul 6 "influențatorii" |
| 45 | Muncă individuală | Participanții caută contacte potențiale pentru jurnaliști/oameni de influență/promotori pentru obiectivul lor [[2]](#footnote-2) | Participanții sunt capabili să caute oameni de influență, promotori și jurnaliști pentru obiectivele lor. | Laptop/PC/dispozitive mobile și conexiune la internet |
| 20 | Discuție | Participanții discută despre rezultatele lor și strategiile lor de căutare și își oferă unul altuia sfaturi despre cum să găsească persoane de contact mai potrivite. Formatorul colectează sfaturi pe flipchart. | Flipchart |
|  | Sarcină opțională | Seminarul de participare ia sfârșit. Formatorul prezintă o sarcină individuală:  Participanții intră în contact cu un jurnalist/influențator/promotor pentru a răspândi povestea lor. | Participanții sunt capabili să utilizeze strategiile învățate pentru a intra în contact cu jurnaliști, promotori și oameni de influență. |  |
|  | Pauză 3 sau 4 săptămâni |  |  |  |
| 45 | Webinar de control | Participanții discută online despre cum au reușit să între în contact cu jurnaliști/influențatori/promotori și fac schimb de sfaturi și experiențe. | Participanții au o idee despre modul în care își pot îmbunătăți strategiile de a obține și de a rămâne în contact cu jurnaliștii, oameni de influență și promotori. | „Manualul Webinar” |

### Modulul 6: Scrieți texte PR eficiente

#### Obiective

* Participanții cunosc criterii pentru bune relații publice.
* Participanții sunt conștienți de importanța informațiilor factuale în textele PR.
* Participanții pot reduce informațiile.
* Participanții pot concentra textele asupra nevoilor de informare și a interesului grupurilor țintă.
* Participanții pot scrie texte după criterii jurnalistice.
* Participanții cunosc tehnici de creativitate pentru scrierea de texte.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **min.** | **Metodă** | **Sarcină** | **Obiective** | **Materiale** | **Cod** |
|  | Input | Formatorii introduc sau informează despre structura cursului.. |  | Slide-ul 47 |  |
| 45 | Analiza textelor | Participanții au citit 3-4 texte de PR în domeniul educației adulților, care diferă foarte mult în ceea ce privește calitatea textului și evaluează textele folosind fișa:   * Care sunt articolele „bune”? Care nu sunt atât de bune? * De ce sunt bune? * Ce nu este bun, plictisitor, greu de citit ...?   (Dacă întrebările nu sunt suficiente, utilizați manualul secvenței următoare pentru a evalua textele) | Participanții cunosc criterii pentru texte bune PR și sunt capabili să distingă textele bune de textele rele. | Texte PR cu laudă și glorie, fără fapte și / sau cu citate fără punct, plictisitoare ...;  Texte promoționale cu informații factuale și puncte clare, cu titluri atractive, frumoase de citit ... (Documentul 1 materiale pentru formatori) | I |
| 30 | Colecție deschisă și discutarea rezultatelor | Constatările participanților sunt colectate în plen, formatorul ajută la sumarizarea rezultatelor pe criterii generale pentru texte de PR bune și completează alte criterii importante (cum ar fi „piramida inversată”, răspunsurile la întrebările de tip C - cine, ce, când, de ce ..., discurs activ și concis, persoane care acționează și vorbesc, fraze scurte, fără greșeli lingvistice) | Flipchart (pentru a afișa rezultatele)  Material înmânat participanților cu criterii (Documentul 7 PR) |  |
| 30 | Munca în perechi | Participanții lucrează acum în perechi și revizuiesc împreună un exemplu al unui prost comunicat de presă, având în vedere cel puțin câteva criterii pentru textele bune de PR.  Formatorul traversează, citește părți din textele revizuite, răspunde la întrebări și dă câteva sfaturi. | Exemplul rău al unui comunicat de presă;  Informații de fond la subiectul comunicării (Documentul 1 materiale pentru formatori) | J |
| 10 | Input | Formatorii introduce subiectul ‘Creativitate și umor: Scrierea de texte de PR atrăgătoare și interesante’ | Participanții cunoscut tehnici de creativitate și tehnici de scriere în stil umoristic  și au propriile idei privind textele creative, cu umor. | Powerpoint 48 |  |
| 30 | Munca individuală | Participanții încearcă una sau două dintre tehnicile introduse, găsesc un titlu creativ și / sau plin de umor și câteva metafore amuzante, cuvinte ... pentru textul PR pe care l-au revizuit înainte. | Cărți poștale, culori, foi de hârtie; |  |
| 60 | World Café | Participanții formează 4 grupuri și fac schimb de experiență în organizarea activității PR în instituțiile lor. Fiecare grup se află în jurul unei mese și discută una dintre cele patru întrebări. Foaia de masă este o foaie mare de hârtie, unde se notează idei și întrebări deschise. După 10 minute, o persoană rămâne la masă, ceilalți merg la o altă masă, astfel încât se formează noi grupuri. Persoana de la masă povestește noului grup ce s-a discutat. Apoi, a doua întrebare este discutată și așa mai departe. Întrebările sunt:   1. Cum obțineți povestiri / subiecte pentru munca de PR în instituția dvs.? 2. Cum obțineți informații mai detaliate despre subiectul povestirii? 3. Cum v-ați descrie rolul în instituția dvs.? Ce este dificil în acest rol și cum rezolvați problemele? 4. Cum inițiați colaborări media?   Când se discută toate întrebările, foile de pe masă sunt expuse într-o‘galeria a rezultatelor’ iar participanții marchează cele mai importante idei și strategii cu puncte lipicioase. | Participanții sunt conștienți de poziția lor în instituția lor. Participanții au idei despre cum să organizeze activitatea PR în instituțiile lor. | Tabele (înalte);  hârtie de flipchart ca foaie de masă  Puncte lipicioase |  |

### Valoare adăugată: Transfer și evaluare

Acest add-on poate fi folosit pentru a închide modulele și pentru a ajuta la transferul de învățare înapoi acasă / la locul de muncă.

#### Obiective

* Faceți participanții activi prin transferarea a ceea ce a fost învățat
* Reflectați la procesul de învățare și rezultatele acestuia
* Evaluați modulul sau seminarul.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **min.** | **Metodă** | **Sarcină** | **Obiective** | **Materiale** |
| 15 | Munca individuală | Participanții se gândesc la cunoștințele lor în cadrul seminarului și fac un plan individual de implementare: Participanții aleg 3-5 puncte de învățare care sunt importante pentru practica lor reală și pe care aceștia doresc să le utilizeze. Apoi, numesc prima măsură pe care doresc să o pună în aplicare atunci când se întorc acasă/la serviciu. | Participanții sunt capabili să evalueze ce învățări sunt importante pentru munca lor și cum să le pună în aplicare. | Matrice cu implementarea unui plan ce trebuie actualizată |
| 20 | Munca individuală | Sarcină de scriere:  Participanții scriu o scurtă poveste <800 de caractere pentru ziarul angajaților instituției, în care descriu planul de implementare sau mai degrabă schimbările în activitatea lor (titlu, teaser și text scurt, inclusiv citate oferite de către ei) - ca un raport plin de culoare despre ceea ce au reușit și ce s-a îmbunătățit de atunci. |  |
| 30 | Sesiunea în plen | Participanții furnizează feedback către seminar prin scrierea pe carduri de moderare cu privire la următoarele 3 criterii:  Satisfacția cu conținutul (inclusiv relevanța practică)  Satisfacția cu formatorii  Satisfacția cu organizația |  | Board cu pin-uri cu 3 criterii și două coloane pentru fiecare criteriu  Carduri de moderare |
| 5 | Sumarizare | Sumarizarea rezultatelor module(lor), formatorii mulțumesc grupului și încearcă să motiveze participanții să se țină de planurile lor. |  |  |

1. Codurile sarcinilor se referă la paragraful ‘Materiale și sfaturi pentru formatori’ din Anexă. Acolo veți găsi sfaturi și recomandări de legături web pentru sarcina respectivă. [↑](#footnote-ref-1)
2. Obiectivele și informațiile pe care participanții doresc să le distribuie ar putea fi dezvoltate în alte module, de exemplu, în Modulul 1 „Valoarea știrilor” [↑](#footnote-ref-2)