

SZCZEGÓŁOWY OPIS KURSU

Wykorzystanie programu MS PUBLISHER w działaniach na rzecz promocji organizacji

Prowadzący: Jadwiga Pawluk, WMBP w Elblągu

Kontakt dla studentów: 55 237 62 73; jadwiga.pawluk@wmbp.edu.pl

Forma organizacyjna: zajęcia zdalne

Opis kursu:

W obecnych czasach na rynku usług edukacyjnych zauważa się ogromną konkurencję. Szkoły coraz częściej muszą stawać do walki o klientów, czyli uczniów. Wiadomo bowiem, że bez zapewnienia sobie stałego naboru uczniów utrzymanie się na rynku usług edukacyjnych będzie niemożliwe. Coraz większą rolę zaczyna więc odgrywać zorganizowana, konsekwentna i umiejętnie prowadzona promocja szkoły, czyli tworzenie odpowiedniego wizerunku szkoły w środowisku.

Aby tworzyć oczekiwany wizerunek placówki w środowisku należy na nie oddziaływać poprzez różnorodne formy i metody działań promocyjnych. Doskonałą pomocą będzie tu program MS Publisher.

Program **Publisher 2003** jest kompletnym rozwiązaniem służącym do tworzenia profesjonalnych publikacji biznesowych i materiałów marketingowych. Utrzymywanie kontaktu i komunikowanie się z klientami są kluczowe dla każdego rodzaju działalności w biznesie, a program Publisher 2003 może pomóc szybko i wydajnie tworzyć profesjonalne materiały marketingowe. Dzięki niemu projektowanie, tworzenie i publikowanie profesjonalnych materiałów marketingowych i informacyjnych we własnej firmie jest obecnie prostsze niż kiedykolwiek wcześniej.

Realizacja zadań kursu rozłożona jest na 24 godziny (8 tygodni)

Przeznaczenie kursu

Propozycja niniejszego kursu adresowana jest do wszystkich. Którzy są zainteresowani poznaniem nowego programu komputerowego, a szczególnie do nauczycieli i bibliotekarzy odpowiadających za działania promocyjne instytucji. Uczestnicy poznają tu zarówno teoretyczne podstawy planowego działania promocyjnego, jak i praktyczne sposoby wykonania podstawowych narzędzi promocji.

Cel kursu:

- Przygotowanie do świadomego i planowego budowania pożądanego wizerunku firmy
- Przygotowanie do opracowania materiałów promujących placówkę
- Nabycie umiejętności pracy z programem Publisher – narzędziem do tworzenia szybkich publikacji

Cele szczegółowe:

Po zakończeniu kursu uczestnik:

- Pozna istotę promocji i jej wybrane narzędzia
- Pozna i przygotowuje ważniejsze instrumenty public relations, w tym narzędzia informatyczne
- Pozna zasady tworzenia komunikatu prasowego
- Pozna zasady tworzenia papieru firmowego
- Wykształci umiejętności samodzielnego projektowania, tworzenia oraz drukowania publikacji promocyjnych:
 - Ulotek i ogłoszeń
 - Wizytówek,
 - Folderów reklamowych,
 - Kart gratulacyjnych,
 - Kalendarzy,
 - Biuletynów

- Opierając się na dostępnych źródłach samodzielnie przygotuje odpowiednie narzędzia promocji wpływające na pozytywny wizerunek placówki.

Wymagania wstępne:

Kurs realizowany jest zdalnie, więc wymaga od uczestnika:

- dostępu do komputera wyposażonego w oprogramowanie: MS Word, MS Publisher 2003 (ewentualnie 2007), Windows media Player, program do odczytu plików PDF, np. Adobe Reader,
- podłączenia do Internetu pozwalającego na dłuższe sesje,
- umiejętności posługiwania się komputerem i typowymi urządzeniami peryferyjnymi (klawiatura, monitor, mysz, drukarka)
- znajomości środowiska systemu operacyjnego Windows 98/2000/XP/Vista/7 w zakresie wyszukiwania i uruchamiania gotowych programów,
- umiejętności korzystania z przeglądarki internetowej i poczty elektronicznej

Organizacja kursu:

Zajęcia zdalne realizowane są przez Internet na platformie zdalnego nauczania. Problematyka tej części kursu została podzielona na 8 modułów (bloków tematycznych).

Każdy z nich zawiera:

- określony cel zajęć,
- przykłady publikacji,
- materiał teoretyczny,
- dyskusje na forum (w przypadku pojawienia się problemów z wykonaniem zadań),
- obowiązkowe zadania do wykonania,
- ocenę przydatności zajęć.

Kurs realizowany będzie w cyklu tematycznym. Na zajęcia przeznaczono 8 tygodni, w tym czasie będą Państwu udostępniane kolejne materiały i zadania. Czas na ich realizację będzie zależny od dyspozycji uczestników.

Wyniki zadań będą widoczne w zakładce **Oceny**.

Zadania będzie można wykonywać w dowolnej kolejności. Ważnym jest, aby wszystkie obowiązkowe zadania wykonane były do dnia 9 marca 2012r.

Osoby, które z różnych przyczyn nie rozwiążą zadań w określonym terminie, mogą uzyskać zgodę na ich wykonanie w późniejszym terminie. W tym celu należy zwrócić się do prowadzącego i podać numery zadań, który chce się rozwiązać.

Zasady uczestnictwa:

Procedury komunikacyjne obowiązujące wszystkich uczestników kursu:

- **forum Moje problemy** – jest wspólne dla wszystkich tematów, a jego celem jest rozwiązywanie sygnalizowanych przez uczestników (również na forum) problemów i trudności w rozwiązywaniu zadań,
- **forum Aktualności i Wiadomości**– służy do rozwiązywania bieżących spraw organizacyjnych,
- **forum Poznajmy się** – integrujące grupę,
- **wiadomości** – służą do bezpośredniego (prywatnego) kontaktu między słuchaczami kursu,
- **kalendarz** – będzie przypominał uczestnikom kolejne terminy oddawania zadań.

W sytuacjach wyjątkowych (np. dłuższy wyjazd służbowy, choroba) należy poinformować prowadzącego o tym, że nie będzie się przez jakiś czas uczestniczyć w zajęciach lub terminowo przysyłać zadań.

Treści:

1. Wizerunek szkoły jako element jej wartości
2. Istota i rola PR w kształtowaniu wizerunku szkoły
3. Opracowanie wybranych narzędzi PR
 - Papieru firmowego,
 - Komunikatu prasowego
 - Wizytówki
 - Zaproszenia
 - Folderu firmy
 - Kalendarza
 - Gazetki / biuletynu
4. Poznanie całego procesu wydawniczego w programie MS Publisher:
 - Uruchamianie i zapis dokumentów,
 - Gotowe szablony i ich wykorzystanie,
 - Formatowanie tekstu w różnych typach dokumentów,
 - Dodawanie grafiki
 - Grupowanie i rozgrupowanie obiektów
 - Drukowanie publikacji

Warunki zaliczenia i wymagania:

- aktywne uczestnictwo w zajęciach zdalnych,
- bieżące rozwiązywanie zadań obowiązkowych (przynajmniej 80%) i terminowe nadsyłanie rozwiązań,
- poprawna realizacja zadań,

Literatura uzupełniająca:

- **Górny T.:** Microsoft Publisher 2003 dla każdego. Videograf, 2007
- **Wojciechowski J.:** Marketing w bibliotece. Warszawa: Wydaw. SBP, 1993.
- **Sójka J.:** Promocja w strategii marketingowej. Poznań: Wydaw. A.E., 1992.
- **Ragiel M.:** Formy promocji współczesnej szkoły. Warszawa: RAABE, 1999
- **Ragiel M.:** Szkoła jako instytucja usługowa. Warszawa: RAABE, 1999

Udział w zajęciach jest bezpłatny, choć miło nam będzie, jeśli po zakończeniu kursu zadowoleni uczestnicy zechcą wesprzeć proces gromadzenia zbiorów Biblioteki poprzez dokonanie dobrowolnej wpłaty na ten cel w kwocie, jaką sami uznają za stosowną (Nr konta 92 1240 2265 1111 0010 3757 8063 z dopiskiem *dobrowolna wpłata na działalność Biblioteki Głównej w Elblągu*).

opracowała: J. Pawluk (Wydział Promocji i Współpracy z Bibliotekami)