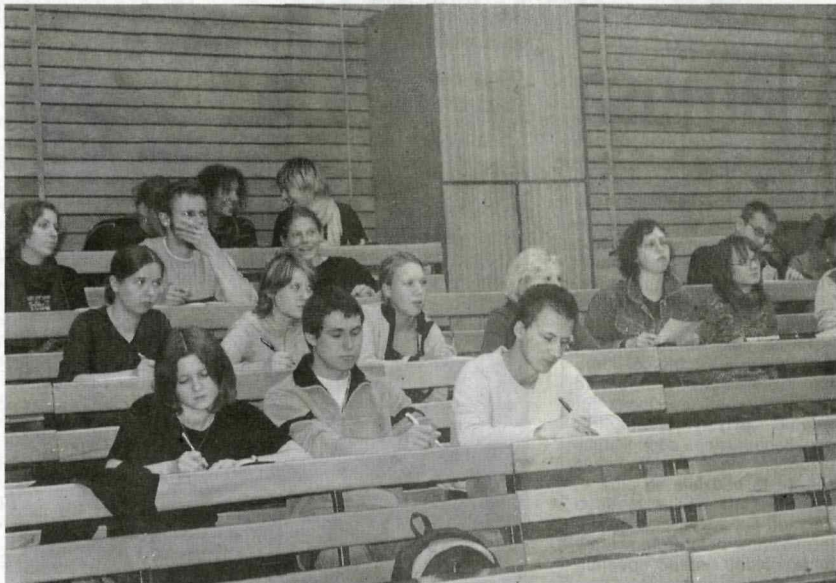


**STUDENCI.** Dla aktywnych otwiera się okno na świat

# Czekają na Was najlepsze miejsca w Europie



FOT. LECH KAMINSKI

**Nasi studenci mają duży potencjał - zapewniają naukowcy i zachęcają, aby brali udział w zagranicznych praktykach**

**Właśnie rozpoczęła się VI edycja konkursu PRAKTYKJAZDZIE ZA GRANICĄ. To konkurs dla śmiałych studentów, którzy nie boją się wyzwań.**

Konkurs PRAKTYKJAZDZIE ZA GRANICĄ organizowany jest od 2003 roku przez Instytut Monitorowania Mediów. Projekt jest skierowany do studentów interesujących się

oraz komunikacją społeczną. Jego zwycięzcy odbędą zagraniczne staże w renomowanych agencjach PR.

Konkurs polega na opracowaniu strategii komunikacji dla jednego z trzech tematów wiążących się z działaniami wspieranej w organizacji non-profit. W tym roku zaproszenie do współpracy przyjęła Fundacja Hospicyjna z Gdańska. Tym

samym tematyka zadań dla studentów jest związana z szeroko pojętą promocją wolontariatu oraz działalnością Fundacji.

Co trzeba zrobić? W tym roku zadanie polega na zaplanowaniu wydarzenia lub wprowadzeniu unikalnego narzędzia promującego działalność Fundacji Hospicyjnej jako organizacji pomagającej hospicjom w całej Polsce. Preferowany okres -

pierwszy kwartał roku, a preferowane miejsce to Warszawa.

Należy opracować strategię działań PR w ramach VI kampanii „Hospicjum to też Życie”. Głównym celem tej edycji kampanii będzie zachęcenie osób dojrzałych (grupa wiekowa 50+) do wolontariatu hospicyjnego.

Trzeba przygotować całoroczną strategię promowania Fundacji Hospicyjnej poprzez osobę powszechnie znaną i poważaną - od kryteriów wyboru takiej osoby do sposobu wykorzystania jej wizerunku.

Konkurs składa się z trzech etapów. W pierwszym, trwającym do 3 kwietnia br., uczestnicy przygotowują projekt pracy konkursowej (3 str.). Nadesłane prace oceni jury

Jury wybierze 15 najlepszych projektów, których autorzy w II etapie - do 7 maja 2009 r. - stworzą pełne strategie konkursowe (maksymalnie 15 str.). W trzeciej, finałowej części - podczas prezentacji multimedialnej - w ostatnich dniach maja 2009 roku ocenione zostaną zdolności komunikacyjne kandydatów, a zwłaszcza styl prezentowania pomysłów, swoboda i ich sugestywność. Zwycięzcy konkursu odbędą wakacyjne staże w zagranicznych biurach agencji Fleishman-Hillard oraz Hill & Knowlton. Otrzymają także roczne prenumeraty magazynu Brief.

Wszelkie dodatkowe informacje znajdują się na stronie Instytutu Monitorowania Mediów w zakładce Praktykuj za granicą <http://www.instytut.com.pl/harmonogram2009>, tel: 0 22 356 21 00.

(WIA)