

Ekonomiczny Uniwersytet Dziecięcy



Spółeczna odpowiedzialność biznesu i PR - tworzenie kampanii społecznej

dr inż. Marcin Leszczyński

Uniwersytet Ekonomiczny
w Poznaniu
7 kwietnia 2022 r

Organizatorzy



UNIWERSYTET
EKONOMICZNY
W POZNANIU

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

1

CZYM JEST KOMUNIKACJA

Komunikacja marketingowa stanowi proces wymiany informacji pomiędzy podmiotami otoczenia rynkowego.



2

POZIOMY I RODZAJE KOMUNIKOWANIA

POZIOMY

INTRAPERSONALNY

INTERPERSONALNY

GRUPOWY

MIĘDZYGRUPOWY

ORGANIZACYJNY

MASOWY

RODZAJE

JEDNOKIERUNKOWE

DWUKIERUNKOWE

3

PROCES KOMUNIKOWANIA

4

PROCES KOMUNIKOWANIA

NADAWCA



5

PROCES KOMUNIKOWANIA

NADAWCA



KODOWANIE

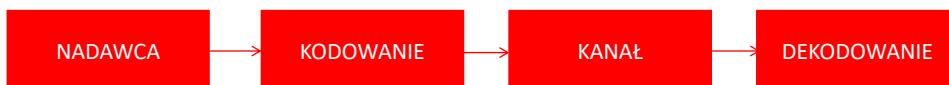
6

PROCES KOMUNIKOWANIA



7

PROCES KOMUNIKOWANIA



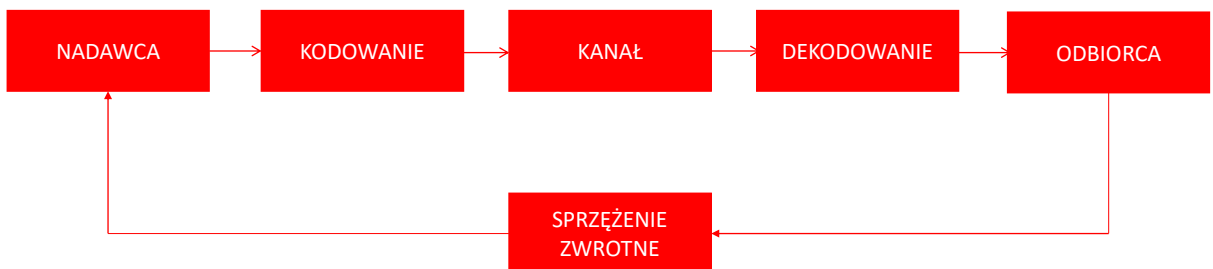
8

PROCES KOMUNIKOWANIA



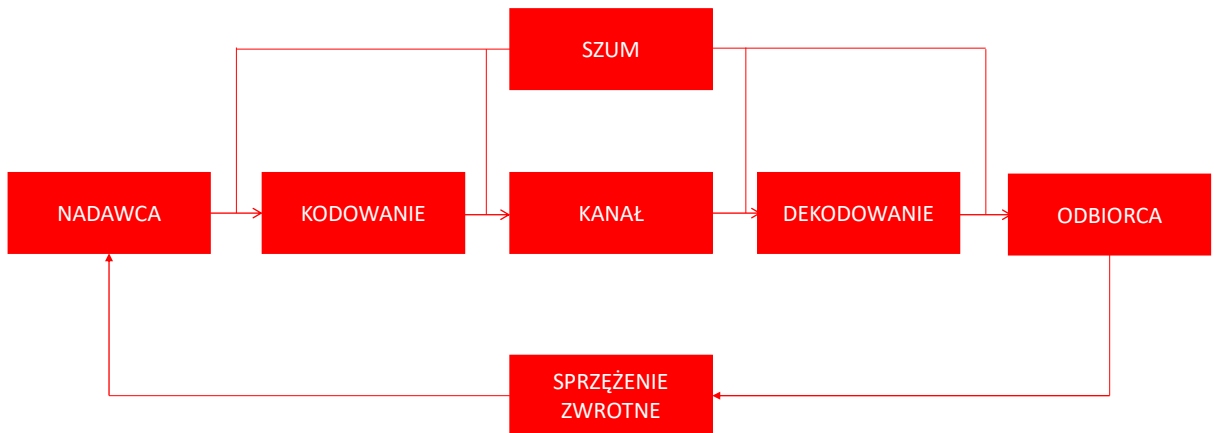
9

PROCES KOMUNIKOWANIA



10

PROCES KOMUNIKOWANIA



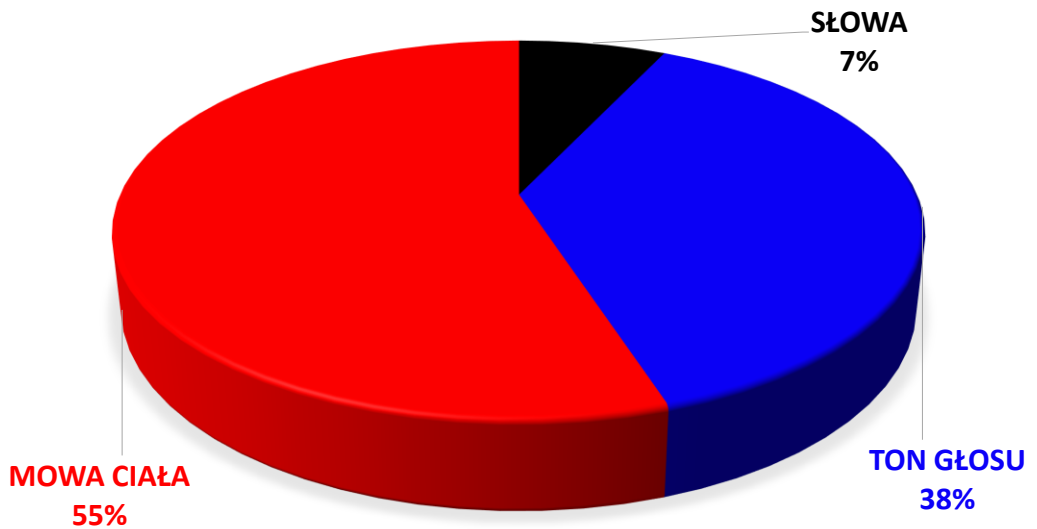
11

ŚRODKI KOMUNIKOWANIA



12

BADANIA MEHRABIANA



13

BADANIA AVIEZERA



14

BADANIA AVIEZERA



15

BADANIA AVIEZERA



16

BADANIA AVIEZERA



17

BADANIA AVIEZERA



Tennis Face Answers

- 1 = Lost Point
- 2 = Won Point
- 3 = Won
- 4 = Lost
- 5 = Won
- 6 = Lost

Tennis Body Answers

- A = Winning
- B = Losing



18

CO WCHODZI W SKŁAD KOMUNIKACJI MARKETINGOWEJ?

MARKETING

PUBLIC RELATIONS

PROMOCJA

19

CSR

Spółeczna odpowiedzialność biznesu
odpowiedzialność organizacji za wpływ jej decyzji
oraz działań na społeczeństwo i środowisko poprzez etyczne
oraz przejrzyste zachowanie.

20

CZEGO MOŻE DOTYCZYĆ

- działania proekologiczne,
 - walka z ubóstwem,
- działania na rzecz lokalnej społeczności,
 - działania na rzecz równouprawnienia,
 - przeciwdziałanie wykluczeniu,
- działania na rzecz aktywności obywatelskiej,
- działania na rzecz budowania relacji społecznych.

21

JAK TWORZYĆ DOBRE KAMPANIE CSR?

- pokaż zwyczajne rzeczy w sposób nieoczywisty,
 - angażuj przypadkowe osoby,
 - zaskakuj,
 - wywołuj emocje,
 - buduj odpowiednie narracje,
 - twórz dobre historie.

22

EKOLOGIA



23

WYPADEK



24

BEZPIECZEŃSTWO



25

UBÓSTWO



26

PRZEMOC



27

RELACJE SPOŁECZNE



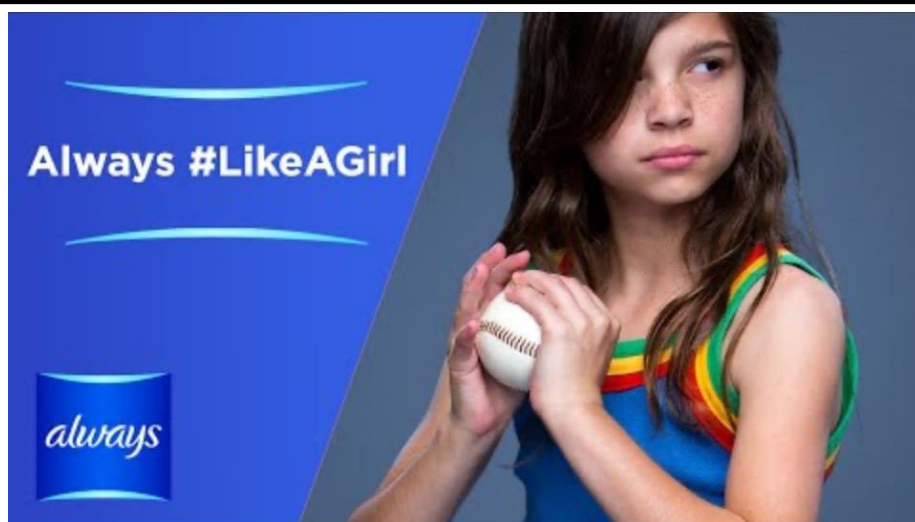
28

AKTYWNOŚĆ OBYWATELSKA



29

RÓWNOUPRAWNIENIE



30

COVID



31

DZIĘKUJĘ

W prezentacji wykorzystano materiały promocyjne poniższych podmiotów:

Allways
Burger King
Hyundai
IKEA
KFC
LEGO
McDonalds
PZU
Volkswagen

32