

SOCIAL MEDIA w komunikacji, promocji organizacji i przemysłów kreatywnych (FACEBOOK, YOUTUBE, TWITTER, INSTAGRAM)

Informacje o usłudze

Czy usługa może być dofinansowana?	Tak
Sposób dofinansowania	<ul style="list-style-type: none">wsparcie dla przedsiębiorców i ich pracowników
Rodzaj usługi	Usługa szkoleniowa
Podrodzaj usługi	Usługa szkoleniowa
Dostępność usługi	Otwarta

Numer usługi	2019/11/22/22655/492179		
Cena netto	1 250,00 zł	Cena brutto	1 537,50 zł
Cena netto za godzinę	156,25 zł	Cena brutto za godzinę	192,19
Usługa z możliwością dofinansowania	Tak		
Liczba godzin usługi	8		
Termin rozpoczęcia usługi	2020-03-30	Termin zakończenia usługi	2020-03-31
Termin rozpoczęcia rekrutacji	2020-01-21	Termin zakończenia rekrutacji	2020-03-23
Maksymalna liczba uczestników	12		
Kategoria główna KU	Rozwój osobisty		
Kategorie dodatkowe KU	Usługi Informatyka i telekomunikacja		

Podstawa uzyskania wpisu w zakresie świadczenia usług współfinansowanych	Certyfikaty: Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0
Czy usługa pozwala na uzyskanie kwalifikacji lub części kwalifikacji zarejestrowanych w ZRK?	Nie
Czy usługa pozwala na uzyskanie kwalifikacji innych niż kwalifikacje zarejestrowane w ZRK?	Nie
Czy usługa prowadzi do nabycia kompetencji?	Tak

Informacje o podmiocie świadczącym usługę

Nazwa podmiotu		Warto Szkolić Sp. z o.o. Sp. K.	
Osoba do kontaktu	Pracownik Wartoszkolić	Telefon	883773963
E-mail	bur@wartoszkolic.pl		

Cel usługi

Cel edukacyjny

Szkolenie to aktualny przegląd najważniejszych trendów i najpopularniejszych mediów społecznościowych. Uczestnicy poznają kluczowe mechanizmy i serwisy. Uczestnicy szkolenia zdobędą wiedzę i umiejętności w zakresie: • Jak są aktualne realia Social Media w Polsce? • W jaki sposób zbudować elementarny ekosystem mediów społecznościowych, aby dobrze wykorzystać potencjał m.in. Facebooka, Youtube, Instagrama, Twittera? • Jak sensownie wykorzystać Social Media w promocji i komunikacji organizacji społecznych, instytucji i projektów kultury, przemysłów kreatywnych • Jak zbudować sprawnie działający ekosystem komunikacji online? • Słuchacze dowiedzą się jakie są aktualia internetu, co trzeba, co należy i czym warto się zainteresować. • Uczestnicy nabędą wiedzę, w jaki sposób zainicjować komunikację w social media oraz jak sprawnie i profesjonalnie prowadzić kampanie marketingowe. • Dowiedzą się jak poprawnie redagować teksty do internetu, jak tworzyć newslettery. Nie zabraknie wiedzy o blogosferze. W ramach szkolenia słuchacze dowiedzą się jak wykorzystać ten silny kanał marketingowy, jak przeprowadzić udaną akcję, jak należy nawiązać relację z blogerem. Szkolenie kładzie nacisk na możliwości marketingowe Social Media. Uczestnicy nabędą wiedzę jak skutecznie współpracować z agencjami interaktywnymi w zakresie prowadzenia kampanii marketingowej i analizy jej efektów.

Szczegółowe informacje o usłudze

Ramowy program usługi

Warunkiem rozpoczęcia szkolenia jest,

zebranie grupy min. 4 osobowej

Szkolenie ma charakter wykładu z elementami warsztatu dotyczący wykorzystania potencjału mediów społecznościowych do promocji marki i budowania pozytywnego wizerunku firmy. Szkolenie daje przegląd możliwości jakie oferuje paleta Social Media. Komunikacja internetowa to obecnie najważniejsza forma promocji i prowadzenia dialogu z publicznością. Szkolenie ma celu uporządkowanie wiedzy o aktualnościach komunikacji online. W jaki sposób powinien wyglądać i jak działać dobry serwis www? W jaki sposób skutecznie redagować teksty do sieci? Uczestnicy poznają mechanizmy i realia profesjonalnego wykorzystania dominujących mediów społecznościowych. Ponadto poznają tajniki efektywnego wykorzystania newsletterów.

Program szkolenia:

1. Wprowadzenie: Social Media jako nowe media?

- Specyfika i istota mediów społecznościowych
- Aktualne trendy
- Statystyka i profil polskich użytkowników

2. Strategia w Social Media

- Tworzenie i praktyczne wykorzystanie strategii komunikacyjnej dla ekosystemu.
- Social Media: od analizy danych wyjściowych i definicji celów, przez tworzenie grup docelowych i person, po planowanie budżetów.

3. Social Media w praktyce

Facebook

- Fanpage od A do Z, czyli co trzeba aktualnie wiedzieć?
- Mechanika działania Facebooka i co z niej wynika? Jak ujarzmić edge rank? Zmiany, które zmieniają wszystko. Nowe wykorzystanie Facebooka.
- Fakty i mity Facebooka (aktualia na dany dzień)
- Grupy docelowe, sposoby komunikacji, tworzenie angażujących treści
- Harmonogram dystrybucji treści, zarządzanie społecznością
- Monitoring i analiza danych, czyli jak czytać statystyki wewnętrzne Facebooka?
- Opieka nad trollami, czyli komunikacja antykrzysowa
- Tworzenie wpisów na Facebooka (warsztaty)
- Facebook płatny
 - mechanizmy promocyjne na Facebooku
 - konfiguracja konta i zarządzanie kampaniami
 - tworzenie reklam (targetowanie, rozliczanie) (warsztaty)

Youtube

- zarządzanie kontem od A do Z (konfiguracja, optymalizacja, analiza, menedżer filmów)
- zasady działania i zachowanie użytkowników
- możliwości prezentacji i pozycjonowania oferty multimedialnej
- strategie działania w komunikacji wideo (case study)

Twitter

- Czy i dlaczego warto korzystać z Twittera? Profil polskich użytkowników
- W krainie hashtagów: specyfika działania i strategie wykorzystania medium w praktyce (słownik pojęć, reguły działania)

- Definicja celów i taktyk komunikacyjnych (warsztaty)
- Redakcja wpisów promocyjnych (warsztaty)
- Analiza statystyk, narzędzia monitorujące

Instagram

- Kim są i co robią użytkownicy Instagrama?
- Specyfika działania i strategie wykorzystania medium w praktyce (reguły działania, popularne akcje): fotografie, wideo, Relacje
- Jak wykorzystać siłę hashtagów?
- Tworzenie angażujących treści (warsztaty)
- Analiza statystyk, narzędzia monitorujące
- Płatne formy Instagrama, zarządzane przez program reklamowy Facebooka

Korzyści dla uczestników z udziału w szkoleniu:

1. możliwość konsultacji indywidualnych z trenerem
2. praktyczne rozeznanie w aktualnych trendach i kierunkach rozwoju komunikacji internetowej
3. wiedza z zakresu funkcjonowania i działania Social Media (poznanie branżowego słownictwa)
4. wiedza związana z prowadzeniem działań marketingowych w sieci
5. wiedza z zakresu procesu zarządzania projektem budowy nowego serwisu www
6. uporządkowanie i poszerzenie wiedzy n/t mediów społecznościowych w perspektywie praktycznego wykorzystania w komunikacji marketingowej i PR instytucji kultury
7. zdobycie praktycznych informacji związanych z redakcją tekstów i tworzeniem treści w social media
8. wiedza dotyczącej analizowania statystyk, monitorowania marki w social media

Materiały szkoleniowe

- prezentacja multimedialna
- prezentacja materiałów z internetu (serwisy www, infografiki, materiały multimedialne, filmy)
- baza wiedzy: linki do serwisów i portali,
- case study (najlepsze przykłady światowych instytucji kultury)
- lista kontrolna (do sprawdzania aktualnego ekosystemu komunikacji PR)

Efekty usługi (produkty), efekty uczenia się/kształcenia

Dzięki szkoleniu zdobędziesz wiedzę i umiejętności w zakresie:

- Jakie są aktualne realia Social Media w Polsce?
- W jaki sposób zbudować elementarny ekosystem mediów społecznościowych, aby dobrze wykorzystać potencjał m.in. Facebooka, Youtube, Instagrama, Twittera?
- Jak sensownie wykorzystać Social Media w promocji i komunikacji organizacji społecznych, instytucji i projektów kultury, przemysłów kreatywnych
- Jak zbudować sprawnie działający ekosystem komunikacji online?
- Słuchacze dowiedzą się jakie są aktualia internetu, co trzeba, co należy i czym warto się zainteresować.
- Uczestnicy nabędą wiedzę, w jaki sposób zainicjować komunikację w social media oraz jak sprawnie i profesjonalnie prowadzić kampanie marketingowe.
- Dowiedzą się jak poprawnie redagować teksty do internetu, jak tworzyć newslettery.

Grupa docelowa

Szkolenie adresowane jest do następujących osób:

- dyrektorzy, kierownicy i zarządzający instytucjami i organizacjami kultury, organizacjami społecznymi
- właściciele, zarządzający firmami z sektora przemysłów kreatywnych
- kierownicy i specjaliści komunikacji, Public Relations, marketingu, promocji
- koordynatorzy projektów, organizatorzy wydarzeń kulturalnych
- animatorzy kultury
- pracownicy przemysłów kreatywnych

Informacje dodatkowe

Warunkiem rozpoczęcia szkolenia jest, zebranie grupy min. 4 osobowej

Harmonogram

LP	Przedmiot / Temat zajęć	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
Brak danych					

Osoby prowadzące usługę

Imię i nazwisko	Dominik Pokornowski
Obszar specjalizacji	PR, marketing, social media
Doświadczenie zawodowe	Od 14 lat związany z branżą Public Relations. Od 9 lat zarządza projektami, a od 2010 roku konsultant z zakresu komunikacji internetowej, PR-u i zarządzania projektami z dorobkiem ponad 1200 godzin szkoleniowych. Specjalizuje się w szkoleniach dla instytucji kultury, administracji i organizacji społecznych. Przez 7 lat kierował PR-em i marketingiem w Centrum Sztuki Współczesnej w Toruniu. Współpracuje z instytucjami kultury, przemysłami kreatywnymi i IT. Lider wielu projektów webowych, aktywny trener i konsultant komunikacji internetowej.

Doświadczenie w świadczeniu tego typu usług	Współpracował i szkolił w ponad 60 organizacjach: Narodowy Instytut Audiowizualny, FilMOTEKA Narodowa, Narodowe Centrum Kultury, Instytut Kultury Miejskiej w Gdańsku, Regionalne Centrum Animacji Kultury, Fabryka Sztuki w Łodzi, Narodowe Centrum Piosenki Polskiej w Opolu, Centrum Promocji Informatyki, Polskie Towarzystwo Ekonomiczne, Mazowiecki Instytut Kultury, Agencja Rozwoju Pomorza S.A., Toruńska Agencja Rozwoju Regionalnego, Uniwersytet Mikołaja Kopernika.
Wykształcenie	Z wykształcenia filozof (Uniwersytet Mikołaja Kopernika), ukończył studia podyplomowe z zakresu Public Relations oraz Zarządzania Projektami.

Lokalizacja usługi

<p>Adres: 62-804 Kalisz, woj. wielkopolskie</p> <p>Szczegóły miejsca realizacji usługi: Szkolenie może zostać zrealizowane w dowolnej lokalizacji w całej Polsce. Skontaktuj się z nami, aby ustalić miejsce szkolenia.</p>	Warunki logistyczne:
---	----------------------