

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 | | 2019/12/03/22655/497768 | |
| 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 | 2020-02-10 | Termin zakończenia usługi | 2020-02-10 |
| Termin rozpoczęcia rekrutacji | 2019-12-03 | Termin zakończenia rekrutacji | 2020-02-03 |
| 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 | +48 883 773 963 |
| E-mail | bur@wartoszkolic.pl | | |

Cel usługi

Cel edukacyjny

Szkolenie to aktualny przegląd najważniejszych trendów i najpopularniejszych mediów społecznościowych. Uczestnicy szkolenia zdobędą wiedzę z zakresu:

- Uczestnicy poznają kluczowe mechanizmy i serwisy.
- Jakże są aktualne realia Social Media w Polsce?
- Słuchacze dowiedzą się jakie są aktualia internetu, co trzeba, co należy i czym warto się zainteresować.
- Dowiedzą się jak poprawnie redagować teksty do internetu, jak tworzyć newslettery.

Z zakresu umiejętności:

- Jak sensownie wykorzystać Social Media w promocji i komunikacji organizacji społecznych, instytucji i projektów kultury, przemysłów kreatywnych
- W jaki sposób zbudować elementarny ekosystem mediów społecznościowych, aby dobrze wykorzystać potencjał m.in. Facebooka, Youtube, Instagrama, Twittera?

Z zakresu kompetencji:

- Jak zbudować sprawnie działający ekosystem komunikacji online?
- Uczestnicy nabędą kompetencję, w jaki sposób zainicjować komunikację w social media oraz jak sprawnie i profesjonalnie prowadzić kampanie marketingowe. 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.

Moduł I Wprowadzenie: Social Media jako nowe media?

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

Moduł II 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.

Moduł III 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 antykryzysowa
 - 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)

Przy dofinansowaniu w wysokości co najmniej 70% szkolenie zostaje zwolnione z podatku VAT (na podstawie §3 ust.1 pkt 14 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20.12.2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień (Dz.U. z 2015 r., poz.736)).

Efekty usługi (produkty), efekty uczenia się/kształcenia

Szkolenie to aktualny przegląd najważniejszych trendów i najpopularniejszych mediów społecznościowych.

Uczestnicy szkolenia zdobędą wiedzę z zakresu:

- Uczestnicy poznają kluczowe mechanizmy i serwisy.
- Jak są aktualne realia Social Media w Polsce?
- Słuchacze dowiedzą się jakie są aktualia internetu, co trzeba, co należy i czym warto się zainteresować.
- Dowiedzą się jak poprawnie redagować teksty do internetu, jak tworzyć newslettery.

Z zakresu umiejętności:

- Jak sensownie wykorzystać Social Media w promocji i komunikacji organizacji społecznych, instytucji i projektów kultury, przemysłów kreatywnych
- W jaki sposób zbudować elementarny ekosystem mediów społecznościowych, aby dobrze wykorzystać potencjał m.in. Facebooka,

Youtube, Instagrama, Twittera?

Z zakresu kompetencji:

- Jak zbudować sprawnie działający ekosystem komunikacji online?
- Uczestnicy naberą kompetencję, w jaki sposób zainicjować komunikację w social media oraz jak sprawnie i profesjonalnie prowadzić kampanie marketingowe.

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 naberą wiedzę jak skutecznie współpracować z agencjami interaktywnymi w zakresie prowadzenia kampanii marketingowej i analizy jej efektów.

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 | Katarzyna Zych |
| Obszar specjalizacji | Wystąpienia publiczne, prezentacja, rozwój osobisty |
| Doświadczenie zawodowe | Jako trener, zrealizowała ponad 10 000 h szkoleniowych oraz doradczych. Pracuje zarówno z markami komercyjnymi jak i podmiotami ekonomii społecznej - udowadnia, że biznes może być dobry, a to, co społeczne może być również biznesem. Pozostaje aktywna na forum mediów branżowych tworząc m.in. artykuły dla magazynu Marketer+. Bywa, że staje oko w oko nie tylko z wyzwaniem biznesu, ale również ze studentami, realizując od 5 lat jako wykładowca - praktyk zajęcia z obszaru komunikacji interpersonalnej. |
| Doświadczenie w świadczeniu tego typu usług | Strateg komunikacji marki, specjalista public relations, socjolog. Od ponad 9 lat związana z obszarem komunikacji marketingowej i kompetencji miękkich. Działa zgodnie z przekonaniem, że obecnie nie wystarczy, kiedy marki opowiadają własną historię - liczy się to, w jaki sposób działają |
| Wykształcenie | Absolwentka podyplomowych studiów „Akademia Trenera” Wyższej Szkoły Nauk Humanistycznych i Dziennikarstwa w Poznaniu; licencjat z zakresu Public Relations, wizerunku firmy i instytucji, projektowania komunikacji - absolwentka Dolnośląskiej Szkoły Wyższej we Wrocławiu; mgr socjologii - absolwentka jednolitych studiów magisterskich na kierunku socjologia, absolwentka studiów podyplomowych w zakresie marketingu internetowego w Wyższej Szkole Bankowej w Poznaniu |

Lokalizacja usługi

Adres:

Wrocław, woj. dolnośląskie

Szczegóły miejsca realizacji usługi:

Szkolenie może odbyć się w siedzibie firmy lub innym wybranym miejscu

Warunki logistyczne: