



AKADEMIA AQUA
FLY Miłosz
Dąbrowski



Szkolenie Social Media w marketingu w branży medycznej

Numer usługi 2024/04/29/43359/2137888

📍 Olsztyn / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 22 h

📅 06.07.2024 do 07.07.2024

3 960,00 PLN brutto

3 960,00 PLN netto

180,00 PLN brutto/h

180,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Sposób dofinansowania	wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Szkolenie jest dedykowane dla osób, które nie miały dotąd doświadczenia w promocji swojej działalności w mediach społecznościowych, a chcą skutecznie wykorzystać ich potencjał w celu rozwoju swojej praktyki lub firmy medycznej
Minimalna liczba uczestników	2
Maksymalna liczba uczestników	2
Data zakończenia rekrutacji	05-07-2024
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	22
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Celem szkolenia 'Szkolenie Social Media w marketingu w branży medycznej' jest zapoznanie uczestników z skutecznymi strategiami wykorzystania mediów społecznościowych do promocji i budowania marki w branży medycznej. Skupiamy się na dostarczeniu praktycznej wiedzy oraz narzędzi niezbędnych do skutecznego wykorzystania platform takich jak

Facebook, Instagram czy You Tube w celu dotarcia do nowych pacjentów, budowania zaufania oraz zwiększania widoczności w Internecie

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Definiuje marketing	Omawia jego rolę w biznesie w branży medycznej	Wywiad swobodny
	Charakteryzuje podstawowe koncepcje i strategie marketingowe	Wywiad swobodny
	Charakteryzuje obraz polskiego użytkownika mediów społecznościowych	Wywiad swobodny
Charakteryzuje media społecznościowe w branży medycznej	Omawia najnowsze trendy i zmiany w mediach społecznościowych	Wywiad swobodny
	Definiuje cele i strategie marketingowe	Wywiad swobodny
Planuje strategie komunikacji na Facebook'u	Bada grupę docelową	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Monitoruje wzmianki o marce	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Definiuje zasady skutecznej komunikacji	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Określa styl komunikacji marki	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Wybiera odpowiednie formaty i typy postów	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Wykorzystuje narzędzia wspomagające tworzenie treści	Obserwacja w warunkach symulowanych
Dystrybuuje treści na Facebooku'u	Omawia różne kanały dystrybucji treści na Facebook'u	Wywiad swobodny
	Określa optymalną częstotliwość publikacji	Wywiad swobodny
	Tworzy kalendarz publikacji treści	Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Używa narzędzi do analityki na Facebook'u	Analizuje efektywności działań i interpretuje dostępne dane	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Wykorzystuje zewnętrzne narzędzia analityczne	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Testuje i optymalizuje działania na Facebook'u	Obserwacja w warunkach symulowanych
Wykorzystuje Instagram w marketingu	Charakteryzuje Instagram w kontekście swojej branży	Wywiad swobodny
	Konfiguruje konto firmowe i optymalizuje profil	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Charakteryzuje skuteczną komunikację na Instagramie	Wywiad swobodny
	Wykorzystuje różne formaty i funkcje	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Planuje reklamy na Instagramie i analizuje działania	Obserwacja w warunkach symulowanych
Wykorzystuje potencjał You Tube w marketingu	Omawia możliwości komunikacji przez You Tube	Wywiad swobodny
	Porównuje kanał You Tube z innymi drogami komunikacji	Wywiad swobodny
	Wdraża strategie komunikacji na You Tube	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Planuje reklamy na You Tube i analizuje działania	Wywiad swobodny
Eksploruje inne kanały i metody działań w mediach społecznościowych	Omawia potencjały innych platform społecznościowych w kontekście marketingu branżowego	Wywiad swobodny
	Uzasadnia współpracę z influencerami, wykorzystanie Real Time Marketing'u	Wywiad swobodny
	Charakteryzuje i wykorzystuje komunikację wielokanałową i recykling treści	Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Planuje i koordynuje strategię działań digital marketing	Opracowuje skuteczne strategie marketingowe w mediach społecznościowych	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Planuje i realizuje kampanie marketingowe	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Mierzy skuteczność działań promocyjnych w mediach społecznościowych	Obserwacja w warunkach symulowanych

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji zawiera opis efektów uczenia się?

Tak, po zakończeniu szkolenia uczestnik otrzymuje certyfikat oraz suplement, który zawiera opis efektów uczenia się.

Pytanie 2. Czy dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji?

Certyfikat ukończenia szkolenia potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji. Kryteria weryfikacji zostały wskazane do każdego efektu uczenia się.

Pytanie 3. Czy dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

Certyfikat ukończenia szkolenia potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji.

Program

Usługa "Szkolenie Social Media w marketingu w branży medycznej" dedykowana jest osobom, które nie miały dotąd doświadczenia w promocji swojej działalności w mediach społecznościowych, a chcą skutecznie wykorzystać ich potencjał w celu rozwoju swojej praktyki lub firmy medycznej

Zakres tematyczny szkolenia.

1. Wstęp do marketingu: Co to jest marketing i dlaczego jest istotny dla firm w branży medycznej:

- Definicja marketingu i jego rola w biznesie.
- Dlaczego marketing jest kluczowy dla firm w branży medycznej.
- Podstawowe koncepcje i strategie marketingowe.

2. Wprowadzenie do mediów społecznościowych w branży medycznej:

- Obraz polskiego użytkownika mediów społecznościowych w kontekście branży medycznej.

- Najnowsze trendy i zmiany w mediach społecznościowych w 2024 roku, z uwzględnieniem wpływu rozwoju mobile, algorytmów i innych istotnych aspektów.
- Zdefiniowanie celów i strategii marketingowych dostosowanych do specyfiki branży medycznej.

3. Planowanie strategii komunikacji na Facebooku:

- Audyt istniejących działań na Facebooku oraz analiza celów.
- Badanie grupy docelowej i monitorowanie wzmianek o marce.
- Zasady skutecznej komunikacji na Facebooku oraz określenie stylu komunikacji marki.
- Wybór odpowiednich formatów i typów postów w celu realizacji określonych celów marketingowych.
- Wykorzystanie narzędzi wspomagających tworzenie treści, takich jak Canva, Adobe Spark itp. (wprowadzenie).

4. Dystrybucja treści na Facebooku:

- Omówienie różnych kanałów dystrybucji treści na Facebooku: strona, grupa, wydarzenie.
- Określenie optymalnej częstotliwości publikacji.
- Praktyczne tworzenie kalendarza publikacji treści.
- Wprowadzenie reklam na Facebooku, w tym rodzajów reklam, targetowania i remarketingu.

5. Analityka na Facebooku:

- Analiza efektywności działań na Facebooku i interpretacja dostępnych danych.
- Wykorzystanie zewnętrznych narzędzi analitycznych, takich jak Sotrender, Google Analytics, itp.
- Testowanie i optymalizacja działań na Facebooku.

6. Wykorzystanie Instagrama w marketingu medycznym:

- Charakterystyka Instagrama w kontekście branży medycznej.
- Konfiguracja konta firmowego i optymalizacja profilu.
- Skuteczna komunikacja na Instagramie, wykorzystanie różnych formatów i funkcji.
- Reklamy na Instagramie i analiza działań.

7. Potencjał YouTube w marketingu medycznym:

- Wprowadzenie do możliwości komunikacji na YouTube.
- Porównanie kanału YouTube z innymi możliwymi drogami komunikacji.
- Skuteczne strategie komunikacji na YouTube.
- Reklamy na YouTube i analiza działań.

8. Eksploracja innych kanałów i metod działań w mediach społecznościowych:

- Omówienie potencjału Twittera, Pinterest, Snapchat, TikTok w kontekście branży medycznej.
- Współpraca z influencerami, Real Time Marketing, User Generated Content.
- Komunikacja wielokanałowa i recykling treści.

9. Strategia i planowanie działań digital marketingowych w branży medycznej:

- Opracowanie skutecznej strategii marketingowej w mediach społecznościowych.
- Planowanie i realizacja kampanii marketingowych.
- Mierzenie skuteczności działań promocyjnych w mediach społecznościowych.

W miejscu realizowania usługi znajdują się wszystkie niezbędne narzędzia potrzebne do realizacji usługi (komputery z odpowiednim oprogramowaniem, Internet)

Liczba godzin szkoleniowych - 22 godzin dydaktycznych = 16,5 godzin zegarowych

Harmonogram usługi szkoleniowej zawiera walidację, która jest wliczona w czas szkolenia.

Harmonogram usługi szkoleniowej zawiera przerwy, które są wliczone w czas szkolenia.

Szkolenie jest dedykowane dla osób, które nie miały dotąd doświadczenia w promocji swojej działalności w mediach społecznościowych, a chcą skutecznie wykorzystać ich potencjał w celu rozwoju swojej praktyki lub firmy medycznej

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 12

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 12 Wstęp do marketingu: Co to jest marketing i dlaczego jest istotny dla firm w branży medycznej	Miłosz Dąbrowski	06-07-2024	09:00	09:45	00:45
2 z 12 Wprowadzenie do mediów społecznościowych w branży medycznej	Miłosz Dąbrowski	06-07-2024	09:45	10:30	00:45
3 z 12 Planowanie strategii komunikacji na Facebooku	Miłosz Dąbrowski	06-07-2024	10:30	12:45	02:15
4 z 12 Przerwa	Miłosz Dąbrowski	06-07-2024	12:45	13:00	00:15
5 z 12 Dystrybucja treści na Facebooku	Miłosz Dąbrowski	06-07-2024	13:00	14:30	01:30
6 z 12 Analityka na Facebooku	Miłosz Dąbrowski	06-07-2024	14:30	16:45	02:15
7 z 12 Wykorzystanie Instagrama w marketingu medycznym	Miłosz Dąbrowski	07-07-2024	08:30	10:00	01:30
8 z 12 Potencjał YouTube w marketingu medycznym	Miłosz Dąbrowski	07-07-2024	10:00	12:15	02:15
9 z 12 Przerwa	Miłosz Dąbrowski	07-07-2024	12:15	12:30	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
10 z 12 Eksploracja innych kanałów i metod działań w mediach społecznościowych	Miłosz Dąbrowski	07-07-2024	12:30	14:00	01:30
11 z 12 Strategia i planowanie działań digital marketingowych w branży medycznej	Miłosz Dąbrowski	07-07-2024	14:00	16:15	02:15
12 z 12 Walidacja	-	07-07-2024	16:15	17:15	01:00

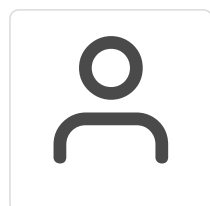
Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	3 960,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	3 960,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	180,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	180,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Miłosz Dąbrowski

Od ponad 15 lat specjalizuje się w prowadzeniu szkoleń z różnych dziedzin, ze szczególnym naciskiem na rozwój działalności gospodarczej i marketing internetowy. Jego bogate doświadczenie obejmuje przeprowadzenie ponad 1000 godzin szkoleń dla blisko 100 firm z całej Polski. Pomaga przedsiębiorcom w osiąganiu lepszych wyników i usprawnianiu funkcjonowania ich firm na różnych poziomach, od strategii po operacje.

Jego ekspertyza obejmuje szeroki zakres tematyczny:

- Prowadzenie działalności gospodarczej – doradztwo i szkolenia dla nowych i rozwijających się przedsiębiorstw.
- Social Media i marketing internetowy – prowadzenie kampanii, budowanie strategii, analiza efektywności.

W ciągu ostatnich 5 lat przeprowadził ponad 30 specjalistycznych szkoleń w zakresie Social Media i marketingu internetowego, co przekłada się na ponad 500 godzin dydaktycznych. Jego szkolenia są cenione za praktyczne podejście, nowoczesne metody i dostosowanie do potrzeb uczestników.

Wykształcenie i certyfikaty związane z tematem szkolenia:

- Magister administracji, Wydział Prawa i Administracji, Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie.
- Google Analytics Individual Qualification (GAIQ)
- Google Ads Certification
- Facebook Blueprint Certification
- HubSpot Content Marketing Certification
- Hootsuite Social Marketing Certification
- YouTube Channel Growth Certification
- SEMrush SEO Toolkit Course
- Content Marketing Institute Online Training

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymają:

- skrypt,
- materiały w wersji elektronicznej,
- prezentacje multimedialne.

Warunki uczestnictwa

Zapis na usługę jest równoznaczny z akceptacją karty usługi.

- Praca zawodowa związana z branżą medyczną
- w szkoleniu może uczestniczyć uczestnik, który ma podpisaną umowę z operatorem

Informacje dodatkowe

- Koszt szkolenia nie zawiera dojazdów, zakwaterowania, ani wyżywienia
- W harmonogramie szkolenia znajdują się przerwy, które wliczają się w czas szkolenia
- Podstawa zwolnienia z VAT: Rozporządzenie Ministra Finansów jest z dnia 20 grudnia 2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień (Dz. U. z 2013r. poz. 1722 § 3 ust. 1 pkt. 14).
- Po szkoleniu każdy uczestnik otrzyma certyfikat. Warunkiem uzyskania certyfikatu jest uzyskanie 100% frekwencji usługi rozwojowej oraz zaliczenie zajęć w formie testu i ćwiczeń.

Adres

ul. Żeglarska 6
10-160 Olsztyn
woj. warmińsko-mazurskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi
- Laboratorium komputerowe
- Udogodnienia dla osób ze szczególnymi potrzebami

Kontakt



Marta Siergiej-Targońska

E-mail marta@aquadiver.pl

Telefon (+48) 608 450 707