



EDUGATE SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚ
CIĄ



Szkolenie pt. Zrozumienie preferencji i zachowań odbiorców

Numer usługi 2024/07/24/149170/2235565

📍 Poznań / mieszana (stacjonarna połączona z usługą zdalną w czasie rzeczywistym)

📄 Usługa szkoleniowa

🕒 36 h

📅 24.09.2024 do 03.10.2024

7 563,27 PLN brutto

6 149,00 PLN netto

210,09 PLN brutto/h

170,81 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Sposób dofinansowania	wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Właściciele i pracownicy firm, niezależnie od pełnionych funkcji, poziomu doświadczenia, zakresu obowiązków, a także poziomu wiedzy i umiejętności. Szkolenie jest zaprojektowane tak, aby uczestniczyły w nim osoby z różnych działów firmy, co umożliwi wspólną pracę nad zrozumieniem preferencji i zachowań komunikacyjnych odbiorców. Integracja różnorodnych perspektyw i kompetencji pozwoli na opracowanie skutecznych strategii komunikacji, które efektywnie zaangażują klientów i wzmocnią wizerunek firmy.
Minimalna liczba uczestników	3
Maksymalna liczba uczestników	20
Data zakończenia rekrutacji	23-09-2024
Forma prowadzenia usługi	mieszana (stacjonarna połączona z usługą zdalną w czasie rzeczywistym)
Liczba godzin usługi	36
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Szkolenie przygotowuje uczestników do zrozumienia preferencji i zachowań komunikacyjnych odbiorców. Uczestnicy nauczą się identyfikować źródła wiedzy, informacji i rozrywki, z których korzystają klienci, oraz dobrać odpowiednie kanały komunikacji. Zdobyte umiejętności pozwolą na skuteczne planowanie i realizację strategii komunikacji zewnętrznej, co efektywnie zaangażuje klientów i wzmocni pozytywny wizerunek firmy.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Rozumie podstawy WordPressa i jego zastosowanie w branży medycznej	Wymienia główne funkcje i zalety WordPressa dla stron medycznych	Test teoretyczny
	Porównuje WordPress z innymi CMS pod kątem potrzeb medycznych	Test teoretyczny
Instaluje i konfiguruje WordPressa z uwzględnieniem specyfiki branży medycznej	Wybiera i rejestruje odpowiednią domenę oraz hosting dla serwisu medycznego	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Instaluje WordPressa i konfiguruje go, zapewniając zgodność z regulacjami ochrony danych	Obserwacja w warunkach symulowanych
Wybiera i dostosowuje szablony pod kątem stron medycznych	Dobiera szablon spełniający wymogi użyteczności i estetyki medycznej strony WWW	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Dostosowuje wybrany szablon do konkretnych potrzeb serwisu medycznego.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Tworzy i optymalizuje treści dla branży medycznej	Produkuje treści zgodne z najlepszymi praktykami SEO dla branży medycznej	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Wykorzystuje różne formaty treści (tekst, obraz, wideo) do edukacji pacjentów.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Efektywnie wykorzystuje media społecznościowe do promocji serwisu medycznego	Integruje stronę medyczną z profilami w mediach społecznościowych	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Planuje i realizuje kampanie promocyjne serwisu w mediach społecznościowych	Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Rozwija i utrzymuje stronę WWW w branży medycznej	Zarządza treścią serwisu, aktualizuje informacje i monitoruje bezpieczeństwo strony	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Analizuje ruch na stronie i optymalizuje ją pod kątem lepszego zaangażowania użytkowników	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, wydawane zaświadczenie 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?

Tak, wydawane zaświadczenie potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji.

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

Tak, wydawane zaświadczenie potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielanie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji.

Program

Wprowadzenie do szkolenia

- Powitanie uczestników
- Przedstawienie celów szkolenia
- Omówienie harmonogramu

Źródła wiedzy i informacji

- Tradycyjne media vs. nowe media
- Internet jako główne źródło informacji: wyszukiwarki, portale, blogi

Preferencje odbiorców w zakresie usług

- Jak klienci poszukują informacji o usługach
- Wpływ opinii i recenzji na decyzje zakupowe
- Rola mediów społecznościowych w wyborze usług

Źródła rozrywki

- Ewolucja źródeł rozrywki: od telewizji do streamingu
- Popularność różnych platform rozrywkowych (YouTube, Netflix, TikTok)
- Gry komputerowe i ich wpływ na młodsze pokolenie

Zachowania komunikacyjne odbiorców

- Analiza demograficzna: preferencje różnych grup wiekowych
- Psychologia odbiorcy: motywacje i oczekiwania
- Case studies: skuteczne kampanie komunikacyjne

Narzędzia do analizy preferencji odbiorców

- Metody badania preferencji i zachowań (ankiety, analizy danych)
- Wykorzystanie Google Analytics, Facebook Insights, itp.
- Przykłady raportów i analiz

Strategie komunikacji zewnętrznej

- Dopasowanie treści do preferencji odbiorców
- Wybór odpowiednich kanałów komunikacji
- Personalizacja komunikacji w oparciu o zebrane dane

Warsztaty praktyczne

- Analiza case studies i dyskusja w grupach
- Tworzenie profilu idealnego odbiorcy
- Planowanie kampanii komunikacyjnej na podstawie preferencji odbiorców

Podsumowanie i wnioski

- Kluczowe wnioski ze szkolenia
- Odpowiedzi na pytania uczestników
- Planowanie dalszych działań i rozwój umiejętności

Validacja

- Test

Dodatkowe informacje:

- Szkolenie realizowane w formie hybrydowej, z udziałem trenera
- Podane godziny zajęć to godziny dydaktyczne (45 minut)
- Interaktywne metody nauczania, ćwiczenia praktyczne, dyskusje.
- Warunkiem ukończenia jest aktywny udział i zaliczenie testu.
- Dostęp do komputera z internetem, kamerą i mikrofonem jest niezbędny.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 0

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
Brak wyników.						

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	7 563,27 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	6 149,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	210,09 PLN
Koszt osobogodziny netto	170,81 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Tomasz Lisiecki

Tematyka: strategie komunikacji zewnętrznej i wewnętrznej, public relations, media relations. Doświadczony trener wystąpień publicznych, specjalista od PR i wykładowca akademicki. Z wykształcenia jest dziennikarzem, specjalistą marketingu politycznego, product brand managerem. Prowadzi agencję public relations 108 PR. Tworzy strategie komunikacji zewnętrznej i wewnętrznej, wspiera organizacje we współpracy z mediami, doradza organizacjom w sytuacjach kryzysowych. W ostatnich 5 latach przeszkolił kilkaset osób publicznych: przedsiębiorców, liderów i działaczy społecznych, polityków, artystów w zakresie wystąpień publicznych, konstruowania przekazu i wykorzystania mediów społecznościowych. Doradza osobom publicznym w zakresie budowy i wzmocnienia wizerunku oraz politykom w kampaniach wyborczych. Przez 20 lat pracował w mediach jako dziennikarz, korespondent zagraniczny i wojenny. Pracował w Polskiej Agencji Prasowej, Gazecie Prawnej, Telewizji Polsat/Polsat News. Publikował w Polityce, Tygodniku Powszechnym, Gazecie Wyborczej, Głosie Wielkopolskim, Radiu Merkury, WTK i innych mediach. Ma doświadczenie w samorządzie. Był dyrektorem ds. komunikacji społecznej – odpowiadał za promocję Poznania i działanie biura prasowego w Gabinetie Prezydenta Poznania.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Prezentacja oraz przykłady dobrych praktyk.

Warunki techniczne

Szkolenie prowadzone z wykorzystaniem Microsoft Teams

(<https://www.microsoft.com/pl-pl/microsoft-teams/groupchat-software/>).

Aby skorzystać ze szkolenia online, potrzebny jest komputer, laptop, tablet lub telefon ze stabilnym łączem internetowym i bez blokad firmowych.

Zalecana minimalna prędkość pobierania danych: 10 Mb/s oraz prędkość wysyłania: 5 Mb/s.

Twój komputer powinien posiadać minimum: najnowszą wersję przeglądarki internetowej (najlepiej Google Chrome), 2-rdzeniowy procesor 1,6 GHz lub szybszy, pamięć 4 GB pamięci RAM (wersja 32-bitowa – 2 GB), jeżeli chcesz zadawać pytania głosowo, konieczny jest mikrofon.

Dodatkowo, wszyscy mogą zadawać pytania za pośrednictwem chatu online.

Możesz korzystać z aplikacji Teams na urządzeniu z systemem iOS lub Android.

Telefony i tablety z systemem Android: Aplikacja Teams współpracuje z urządzeniami z systemem Android przy użyciu czterech ostatnich podstawowych wersji systemu operacyjnego. Ponieważ nowe wersje systemu Android OS są opublikowane, najstarsza wersja nie będzie już obsługiwana.

Telefony iPhone, tablety iPad i iPods: Zespoły działają na urządzeniach z systemem iOS w wersji 11 i wyższej. Aby uzyskać najlepsze środowisko, użyj najnowszej wersji systemów iOS i Android.

Adres

ul. Stanisława Zwierzchowskiego 31a
61-249 Poznań
woj. wielkopolskie

Kontakt



Marcin Ruta

E-mail marcin.ruta@edugate.org.pl

Telefon (+48) 606 985 698