



Fundacja Rozwoju
Przedsiębiorczości
im. Prof. Jerzego
Dietla



Social media marketing: budowanie marki w mediach społecznościowych

Numer usługi 2024/08/08/7078/2257050

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

📄 Usługa szkoleniowa

🕒 8 h

📅 01.10.2024 do 01.10.2024

580,00 PLN brutto

580,00 PLN netto

72,50 PLN brutto/h

72,50 PLN netto/h

Informacje podstawowe

| | |
|--|--|
| Kategoria | Biznes / Marketing |
| Sposób dofinansowania | wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników |
| Grupa docelowa usługi | Właściciele oraz pracownicy odpowiedzialni za budowanie wizerunku firmy. |
| Minimalna liczba uczestników | 9 |
| Maksymalna liczba uczestników | 20 |
| Data zakończenia rekrutacji | 26-09-2024 |
| Forma prowadzenia usługi | zdalna w czasie rzeczywistym |
| Liczba godzin usługi | 8 |
| Podstawa uzyskania wpisu do BUR | Certyfikat systemu zarządzania jakością wg. ISO 9001:2015 (PN-EN ISO 9001:2015) - w zakresie usług szkoleniowych |

Cel

Cel edukacyjny

Media społecznościowe są kluczowym narzędziem w budowaniu wizerunku marki i interakcji z klientami. To szkolenie ma na celu wyposażenie uczestników w umiejętności efektywnego zarządzania obecnością marki na platformach społecznościowych oraz tworzenia kampanii, które angażują i przynoszą rezultaty.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

| Efekty uczenia się | Kryteria weryfikacji | Metoda walidacji |
|--|--|-------------------------|
| Uczestnik omawia strukturę strategii komunikacji marki w mediach społecznościowych | Uczestnik definiuje cele biznesowe, wskaźniki, mocne i słabe strony marki, osobowość marki, zasady contentu. | Test teoretyczny |
| | Uczestnik dokonuje segmentacji klientów na podstawie narzędzia persona | Test teoretyczny |
| Uczestnik tworzy spersonalizowane treści i angażujące użytkowników/klientów | Uczestnik omawia zasady tworzenia komunikacji dopasowanej do zdefiniowanej grupy odbiorców | Wywiad ustrukturyzowany |
| | Uczestnik prezentuje przykłady tworzenia atrakcyjnych treści foto, video | Prezentacja |
| Uczestnik używa mediów społecznościowych do budowania pozytywnego wizerunku marki w sieci. | Uczestnik podaje różne przykłady zastosowania mediów społecznościowych w budowaniu pozytywnego wizerunku marki | Test teoretyczny |

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

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

Tak

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

Tak

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

Tak

Program

Zagadnienia:

- wprowadzenie do głównych platform społecznościowych (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn);

- tworzenie strategii social media;
- personalizacja komunikacji i angażowanie społeczności;
- tworzenie atrakcyjnego contentu foto i wideo (posty, relacje, rolki);
- przydatne narzędzia marketingowe;
- moderacja treści;
- wykorzystanie reklam w mediach społecznościowych;
- zarządzanie kryzysowe i budowanie reputacji online;
- case studies i najlepsze praktyki w social media marketingu.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 5

| Przedmiot / temat zajęć | Prowadzący | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|---|------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| 1 z 5 wprowadzenie do głównych platform społecznościowych (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn); tworzenie strategii social media | - | 01-10-2024 | 09:00 | 11:00 | 02:00 |
| 2 z 5 personalizacja komunikacji i angażowanie społeczności; tworzenie atrakcyjnego contentu foto i wideo (posty, relacje, rolki); przydatne narzędzia marketingowe | - | 01-10-2024 | 11:00 | 13:00 | 02:00 |
| 3 z 5 moderacja treści; wykorzystanie reklam w mediach społecznościowych | - | 01-10-2024 | 13:00 | 15:00 | 02:00 |

| Przedmiot / temat zajęć | Prowadzący | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|---|------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| 4 z 5 zarządzanie kryzysowe i budowanie reputacji online; case studies i najlepsze praktyki w social media marketingu | - | 01-10-2024 | 15:00 | 16:30 | 01:30 |
| 5 z 5 Walidacja usługi | - | 01-10-2024 | 16:30 | 17:00 | 00:30 |

Cennik

Cennik

| Rodzaj ceny | Cena |
|----------------------|------------|
| Koszt usługi brutto | 580,00 PLN |
| Koszt usługi netto | 580,00 PLN |
| Koszt godziny brutto | 72,50 PLN |
| Koszt godziny netto | 72,50 PLN |

Prowadzący

Liczba prowadzących: 0

Brak wyników.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Cena obejmuje:

- udział w szkoleniu
- dostęp do materiałów szkoleniowych
- wystawienie zaświadczenia w wersji elektronicznej
- zaświadczenie w wersji papierowej za dodatkową opłatą

Warunki uczestnictwa

Warunkiem uczestnictwa w warsztatach jest prawidłowy zapis na usługę w systemie Bazy Usług Rozwojowych.

Warunki techniczne

Platforma /rodzaj komunikatora, za pośrednictwem którego prowadzona będzie usługa:

MS Teams Lub Google Meet

Minimalne wymagania sprzętowe, jakie musi spełniać komputer Uczestnika lub inne urządzenie do zdalnej komunikacji:

Google Meet

- 3 GB pamięci RAM,
- procesor z co najmniej 4 rdzeniami,
- procesor 1,6 GHz lub szybszy,
- architektura ARM64.

MS Teams

Windows 10/11,

Procesor CPU 1 GHz lub szybszym.

Pamięć RAM: 1024 MB.

Minimalne wymagania dotyczące parametrów łącza sieciowego, jakim musi dysponować Uczestnik:

minimum łącze do 10 Mb/s

Niezbędne oprogramowanie umożliwiające Uczestnikom dostęp do prezentowanych treści i materiałów:

Acrobat Reader

Kontakt



Łukasz Kielan

E-mail l.kielan@frp.lodz.pl

Telefon (+48) 426 303 667