

Projekt „Zrównoważony Rozwój Uczelni” współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój

Zakres szkolenia

Moduł 1 dzień 1	
Czas	Przebieg
09.00	Początek szkolenia
09:00 - 10:30	<ol style="list-style-type: none"> 1. Najnowsze trendy w mediach społecznościowych w 2020 r. 2. Rola mediów społecznościowych, 3. Media społecznościowe standardy, strategia, kanały i skuteczna komunikacja, 4. Proces tworzenia skutecznej komunikacji w social mediach,
10:30 – 10:45	Przerwa kawowa
10:45 – 13:15	<ol style="list-style-type: none"> 5. Narzędzia komunikacji w mediach społecznościowych, 6. Metody tworzenia treści umieszczanych na portalach społecznościowych. 7. Omówienie specyfiki podstawowych platform i przydatność dla poszczególnych branż (Facebook i Google+, mikroblogi, fora dyskusyjne, YouTube, NK, b log firmowy, serwisy dziennikarstwa obywatelskiego, współpraca z blogerami), 8. Różnice między serwisami społecznościowymi, 9. Zasady efektywnej komunikacji w mediach społecznościowych, 10. Zastosowanie różnych konwencji komunikacyjnych, dostosowanie komunikacji do charakteru działalności,
13:15 – 13:45	Przerwa obiadowa
13:45 – 15:45	<ol style="list-style-type: none"> 11. Metody tworzenia podstawowych treści do internetu na portale YouTube, Instagram, Snapchat, Twitter, Facebook itp., 12. Kontekst stosowania luzu i kontrowersji, 13. Strategie reagowania w sytuacjach kryzysowych, 14. Czynniki wzbudzające niechęć , znużenie i agresję 15. Cyberbezpieczeństwo i ochrona danych osobowych w mediach społecznościowych,
15:45	Zakończenie

Projekt „Zrównoważony Rozwój Uczelni” współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój

Moduł 1 dzień 2:	
Czas	Przebieg
09.00	Początek szkolenia
09:00 - 10:30	<ol style="list-style-type: none"> 1. Przekazanie informacji o pracy własnej uczestników 2. Wykorzystanie zewnętrznych narzędzi w analizie działań (m.in. Sotrender, Google Analytics), 3. Podstawy prawne dotyczące publikacji zdjęć oraz wykorzystywania podkładów muzycznych do zamieszczanych filmów, 4. Darmowe programy do edycji zdjęć oraz nakładania na nie efektów i filtrów (np. snapseed, czy canva), 5. Facebook formaty, typy postów, temat publikacji, kanały dystrybucji, kalendarz publikacji treści, 6. Fanpage i grupa różnice i możliwości, 7. Tworzenie fanpage moduł praktyczny: opracowanie założeń, faza przygotowawcza, stworzenie profilu, omówienie elementów profilu, nadanie unikalnego adresu, korzystanie z serwisu jako marka, wykorzystanie awatarów, sposoby pozyskania
10:30 – 10:45	Przerwa kawowa
10:45 – 13:15	<ol style="list-style-type: none"> 8. Gry, zabawy, konkursy i aplikacje realizacja efektywnie i zgodnie z regulaminem Facebooka 9. Reklama na Facebooku cele, typy reklam, targetowanie, remarketing, metody pomiaru skuteczności, zróżnicowanie kanałów reklamowania marki/produktu/usługi a fanpage? 10. Klucz analizy strony na FB uwzględnienie elementów dzięki którym strona działa skutecznie, 11. Statystyki Facebooka, analizy efektywności działań dane, które udostępnia Facebook, gdzie je znaleźć i które z nich są najistotniejsze z punktu widzenia specyfiki pracy,
13:15 – 13:45	Przerwa obiadowa
13:45 – 15:45	<ol style="list-style-type: none"> 12. Ćwiczenie praktyczne dobór działań na Facebooku do profilu organizacji i realizowanego działania, 13. Blog przydatne narzędzie budowania wizerunku marki, 14. Co i jak pisać aby użytkownicy do nas wracali, 15. Wybór sposobu prezentować firmę nieformalny czy oficjalny, 16. Dostosowanie bloga do specyfiki działania/jednostki, 17. Przykłady udanych blogów firmowych polskich i zagranicznych,
15:45	Zakończenie
Moduł 2 dzień 1	
Czas	Przebieg
09.00	Początek szkolenia
09:00 - 10:30	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mikroblogi omówienie specyfiki najpopularniejszych platform,

Projekt „Zrównoważony Rozwój Uczelni” współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój

	<ol style="list-style-type: none"> 2. Zasady komunikowania się na mikroblogach, porady praktyczne, 3. Skuteczność działania na forach internetowych, 4. Zasady budowy strategii działań, na forach internetowych, 5. Dywersyfikacja kanałów na forach internetowych, 6. Reklama i sponsoring forów,
10:30 – 10:45	Przerwa kawowa
10:45 – 13:15	<ol style="list-style-type: none"> 7. Podstawy skutecznego e mail marketingu w ujęciu społecznościowym , 8. Podstawowe zasady i dobre praktyki e mail marketingu w praktyce: przygotowanie oraz weryfikacja baz odbiorców, unikanie spamu (i zarzutów o spamowanie), utrzymanie i retencja, 9. Konstruowanie kampanii newsletterowych, zachęcających odbiorców do dzielenia się wiadomościami ze znajomymi: wykorzystanie mechanizmów social media w mailingach. 10. Mobilne technologie w służbie Social Media, 11. Mobilny internet i mobilne społeczności, 12. Możliwości i sposoby wykorzystania mobilnych kanałów, 13. Podwykonawcy w mediach społecznościowych,
13:15 – 13:45	Przerwa obiadowa
13:45 – 15:45	<ol style="list-style-type: none"> 14. Narzędzia analityczne i ich zastosowanie w praktyce: <ol style="list-style-type: none"> a. statystyki Facebooka i YouTube, b. Google Analytics jako narzędzie analizy mediów społecznościowych, c. dostępne narzędzia monitoringu Social Media, d. praktyczny pomiar ROI, kosztu pozyskania użytkownika/klienta i jego aktywizacji, 12. Ocena wpływu działań w Social Media na wizerunek marki jako całości, 13. Case studies (2- 3 przykłady dla każdego bloku tematycznego): <ol style="list-style-type: none"> a. zrealizowanych kampanii, prowadzonych b. stałych działań na wybranych platformach, c. oryginalnych realizacji bez bezpośredniego komunikowania marki, d. działań zniechęcających użytkowników, e. mikroblogujące organizacje,
15:45	Zakończenie