

SOCIAL MEDIA PRO. ZAAWANSOWANA KOMUNIKACJA INSTYTUCJI KULTURY W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH

WAŻNE INFORMACJE:

W świecie, gdzie uwaga odbiorcy trwa zaledwie kilka sekund, a algorytmy stale się zmieniają - instytucje kultury muszą działać świadomie, strategicznie i kreatywnie. Szacuje się bowiem, że nawet 70% treści publikowanych przez instytucje kultury nigdy nie trafia do swojej grupy docelowej. To oznacza, że ogromny potencjał komunikacji i promocji pozostaje niewykorzystany. Nie pozwól, by Twoja instytucja zginęła w cyfrowym chaosie! Zapisz się na proponowane szkolenie już dziś i odkryj, jak świadomie i skutecznie docierać do swojej publiczności.

CELE I KORZYŚCI:

- Zdobędziesz wiedzę z zakresu strategicznego zarządzania komunikacją online.
- Nauczysz się tworzyć wieloetapowe narracje i serie postów, które przyciągają i angażują.
- Poznasz narzędzia AI wspierające codzienną pracę social media managera.
- Zrozumiesz, jak działają algorytmy i zasięgi organiczne - i jak je wykorzystać.
- Nauczysz się planować i prowadzić reklamę w ekosystemie Meta (Facebook & Instagram).
- Zainspirujesz się nowymi pomysłami i kampaniami, które odmienią komunikację Twojej instytucji.

PROGRAM:

1. Strategia komunikacyjna 2.0:

- Jak budować długofalową strategię social media z uwzględnieniem celów instytucji.
- Jak przełożyć misję instytucji kultury na język mediów społecznościowych.
- Kalendarz treści, kampanie tematyczne, planowanie sezonowe i projektowe.
- Zróżnicowanie komunikacji między różnymi mediami społecznościowymi.

2. Zaawansowany storytelling i emocje w promocji kultury:

- Jak tworzyć wieloetapowe narracje i serie postów.
- Sposoby na opowiadanie o wydarzeniach, artystach i kulisach instytucji.
- Storytelling wizualny - jak łączyć tekst, grafikę i wideo w spójną opowieść.

3. AI w pracy social media managera instytucji kultury:

- Jak wykorzystać sztuczną inteligencję do:
 - tworzenia treści (AI copywriting),
 - generowania grafik i wideo,
 - researchu i generowania pomysłów.

4. Zasięgi organiczne i algorytmy - jak działać skutecznie z ograniczonym budżetem:

- Jakie czynniki wpływają na zasięg postów w 2025 roku.
- Co promują algorytmy popularnych mediów społecznościowych?
- Jak tworzyć treści, które są chętnie udostępniane i komentowane.
- Czym jest engagement baiting i jak go unikać.

5. Współpraca z ambasadorami i mikroinfluencerami:

- Jak dobrać partnerów do kampanii zgodnie z wizerunkiem instytucji.
- Jak prowadzić współpracę: umowy, briefy, oczekiwania, raportowanie.
- Przykłady udanych kampanii ambasadorskich w kulturze.
- Kiedy influencer, kiedy ambasador, kiedy gość specjalny?

6. Reklama w social mediach - strategię dla instytucji kultury:

- Ekosystem reklamowy Meta Ads.
- Benchmarking działań reklamowych i narzędzia do analizy konkurencji.
- Specyfikacja techniczna i formaty reklam.
- Struktura kampanii reklamowej.
- Tworzenie reklamy krok po kroku.
- Rekomendowane budżety, testy A/B, planowanie i optymalizacja wydatków.

7. Praktyczne wskazówki i podsumowanie.

ADRESACI:

Adresatami szkolenia są pracownicy instytucji kultury, odpowiedzialni za promocję, za prowadzenie profili w mediach społecznościowych.

PROWADZĄCY:

Absolwent Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach, certyfikowany trener na poziomie odpowiadającym EQF 5 European Qualification Framework (Senior Trainer). Praktyk z kilkunastoletnim doświadczeniem w komunikacji, marketingu, i zarządzaniu wizerunkiem (doświadczenia zawodowe zdobywał w samorządzie, organizacjach pozarządowych i biznesie). Współautor podręcznika „Narzędziownik promocyjny dla organizacji pozarządowych”. Autor publikacji w takich mediach, jak Forbes, Antyweb, Marketing w Praktyce, Dziennik Zachodni, Wirtualna Polska. Prelegent wielu imprez branżowych w rodzaju LinkedIn Local, Internet Beta, Sprawny Marketing. Prowadził szkolenia m.in. dla Instytutu Wzornictwa Przemysłowego, Microsoftu, Santander Banku.

INFORMACJE ORGANIZACYJNE I KARTA ZGŁOSZENIA

Social media pro. Zaawansowana komunikacja instytucji kultury w mediach społecznościowych



Szkolenie będziemy realizowali w formie webinarium on line.



6 sierpnia 2025 r.

Szkolenie w godzinach 10:00-14:00



Cena: 449 PLN netto/os. Przy zgłoszeniach do 23 lipca 2025 r. cena wynosi: 409 PLN netto/os. Udział w szkoleniu zwolniony z VAT w przypadku finansowania szkolenia ze środków publicznych.

CENA zawiera:

udział w profesjonalnym szkoleniu on-line z możliwością zadawania pytań, materiały szkoleniowe w wersji elektronicznej, certyfikat ukończenia szkolenia.

DANE DO KONTAKTU:

Fundacja Rozwoju Demokracji Lokalnej im. Jerzego Regulskiego, MISTiA
ul. Floriańska 31, 31-019, Kraków

Magdalena Stawiarska, kierownik zespołu ds. szkoleń

tel. +48 12 623 72 44, 575 850 930, szkolenia@mistia.org.pl

DANE UCZESTNIKA ZGŁASZANEGO NA SZKOLENIE

Nazwa i adres nabywcy
(dane do faktury)

Nazwa i adres odbiorcy

NIP

Telefon

1. Imię i nazwisko uczestnika, stanowisko,
E-MAIL i TEL. DO KONTAKTU

2. Imię i nazwisko uczestnika, stanowisko,
E-MAIL i TEL. DO KONTAKTU

Oświadczam, że szkolenie dla ww. pracowników jest kształceniem zawodowym finansowanym w całości lub co najmniej 70% ze środków publicznych (proszę zaznaczyć właściwe)

TAK ☐
NIE ☐

Proszę o przesłanie faktury na adres mailowy:

Proszę o przesłanie certyfikatu na adres mailowy:

Dokonanie zgłoszenia na szkolenie jest równoznaczne z zapoznaniem się i zaakceptowaniem regulaminu szkoleń Fundacji Rozwoju Demokracji Lokalnej zamieszczonym na stronie Organizatora www.mistia.org.pl oraz zawartej w nim Polityce prywatności i ochrony danych osobowych.

Wypełnioną kartę zgłoszenia należy przelać poprzez formularz zgłoszenia na www.mistia.org.pl lub mailem na szkolenia@mistia.org.pl do 31 lipca 2025 r.

UWAGA! Liczba miejsc ograniczona. O udziale w szkoleniu decyduje kolejność zgłoszeń. Zgłoszenie na szkolenie musi zostać potwierdzone przesłaniem do Ośrodka karty zgłoszenia. Brak pisemnej rezygnacji ze szkolenia najpóźniej na trzy dni robocze przed terminem jest równoznaczny z obciążeniem Państwa należnością za szkolenie niezależnie od przyczyny rezygnacji. Płatność należy uregulować przelewem na podstawie wystawionej i przesłanej FV.

Podpis osoby upoważnionej _____