



NARODOWY
PROGRAM
ROZWOJU
CZYTELNICTWA



soci @ l media

w bibliotece

program szkolenia

czas	przebieg szkolenia bieg szkolenia	
DZIEŃ I		
10 ⁰⁰ -11 ⁰⁰	60 min	POWITANIE UCZESTNIKÓW. WPROWADZENIE DO SZKOLENIA <ol style="list-style-type: none">1. Przedstawienie się trenera.2. Przedstawienie się osób uczestniczących.3. Prezentacja celów szkolenia.4. Prezentacja programu szkolenia.5. Wypracowanie zasad współpracy.
11 ⁰⁰ -11 ¹⁵	Przerwa	
11 ¹⁵ -12 ⁴⁵	90 min	KOMUNIKACJA MARKETINGOWA <ol style="list-style-type: none">1. Marketing partnerski.2. Komunikacja marketingowa.3. Elementy i strategie komunikacji marketingowej.4. Odbiorcy komunikacji marketingowej.5. Proces komunikacji.6. Komunikacja w social media.
12 ⁴⁵ -13 ⁰⁰	Przerwa	
13 ⁰⁰ -14 ⁰⁰	60 min	DEFINICJA SOCIAL MEDIA <ol style="list-style-type: none">1. Definicja social media.2. Historia social media.3. Powody korzystania z social media.4. Social media w organizacji.
14 ⁰⁰ -14 ⁴⁵	Przerwa	
14 ⁴⁵ -16 ¹⁵	90 min	NARZĘDZIA SOCIAL MEDIA <ol style="list-style-type: none">1. Narzędzia social media.2. Mapa mediów społecznościowych.3. Dojrzałość organizacji do korzystania z social media.4. Przygotowanie organizacji do obecności w social media.5. Osoby odpowiedzialne za social media.
16 ¹⁵ -16 ³⁰	Podsumowanie I dnia	

czas	przebieg szkolenia bieg szkolenia	
DZIEŃ II		
8 ⁰⁰ -9 ³⁰	90 min	UŻYTKOWNICY SOCIAL MEDIA <ol style="list-style-type: none"> 1. Grupy otoczenia instytucji. 2. Kryteria określenia grupy docelowej. 3. Drabinka socjotechniczna. 4. Statystyczni użytkownicy social media. 5. Social media a budowanie relacji z klientami.
9 ³⁰ -9 ⁴⁵	Przerwa	
9 ⁴⁵ -10 ⁴⁵	60 min	EFEKT KOMUNIKACJI <ol style="list-style-type: none"> 1. Czy da się zmierzyć sukces w social media? 2. Modele komunikacji w mediach społecznościowych: 3. Skuteczność social media. 4. Strategia w social media. 5. Mierzenie efektów kampanii społecznościowych.
10 ⁴⁵ -11 ⁰⁰	Przerwa	
11 ⁰⁰ -12 ³⁰	90 min	WEBWRITING W SOCIAL MEDIA <ol style="list-style-type: none"> 1. Dziennikarska zasada 5 pytań. 2. Zasada odwróconej piramidy. 3. Jak czytamy w Internecie? 4. Copywriting w Internecie.
12 ³⁰ -12 ⁴⁵	Przerwa	
12 ⁴⁵ -13 ¹⁵	30 min	SKUTECZNE UŻYTKOWANIE SOCIAL MEDIA <ol style="list-style-type: none"> 1. Facebook. 2. Twitter. 3. YouTube. 4. Instagram. 5. Blog.
13 ¹⁵ -14 ¹⁵	60 min	SYTUACJE KRYZYSOWE W SOCIAL MEDIA <ol style="list-style-type: none"> 1. Kryzys w social media. 2. Jak reagować na kryzys?
14 ¹⁵ -14 ⁴⁵	Podsumowanie szkolenia	