

MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE W SEKTORZE PUBLICZNYM

WAŻNE INFORMACJE O SZKOLENIU:

Media społecznościowe są powszechnie wykorzystywanym narzędziem w sektorze publicznym. Jednak specyfika komunikacji instytucji publicznych powinna uwzględniać wiele uwarunkowań, które wynikają z przepisów prawnych. Równie ważny jest styl i jakość prowadzonej komunikacji. Proponujemy Państwu szkolenie, podczas którego dowiedzą się Państwo, w jaki sposób przedstawiciele sektora publicznego mogą skutecznie komunikować się z odbiorcami i promować swoją instytucję w przestrzeni social media.

CELE I KORZYŚCI:

Uczestnicy szkolenia otrzymają wiedzę z zakresu zasad i dobrych praktyk związanych z obecnością jednostek sektora publicznego w mediach społecznościowych, a także:

- Zapoznają się z najpopularniejszymi mediami społecznościowymi (Facebook, LinkedIn, Instagram, Twitter) i możliwościami komunikacji za ich pośrednictwem mieszkańcami.
- Dowiedzą się, w jaki sposób urząd powinien budować i realizować strategię obecności w *social media*.
- Poznają mechanizmy, które wpływają na zasięgi postów, a także zaangażowanie odbiorców.
- Nauczą się metod właściwej komunikacji w mediach społecznościowych i reagowania na sytuacje kryzysowe.
- Poznają rolę, jaką ma stosowanie spójnej identyfikacji wizualnej i zapoznają się z dobrymi praktykami w tym obszarze.
- Zapoznają się z prawnym aspektem prowadzenia profili urzędu w mediach społecznościowych.
- Zapoznają się ze znaczeniem *Employee Advocacy* i *social media policy* dla urzędu.
- Zapoznają się z aktualnymi trendami obecności w *social media* i narzędziami ułatwiającymi korzystanie z mediów społecznościowych.

PROGRAM:

- 1. Wprowadzenie w zagadnienie social media w administracji publicznej i samorządach.**
 - Przegląd najważniejszych mediów społecznościowych (FB, Instagram, YouTube, TikTok, LinkedIn) i ich roli w komunikacji.
 - Przedstawienie możliwości kanałów społecznościowych w promocji sektora publicznego i jego komunikacji z interesariuszami.
 - Rodzaje kont społecznościowych i ich znaczenie dla polityki komunikacyjnej sektora publicznego.

- E-government 2.0 a wykorzystywanie mediów społecznościowych.
- 2. Otoczenie prawne a obecność sektora publicznego w mediach społecznościowych.**
- Blokowanie użytkowników i moderowanie dyskusji a dostęp do informacji publicznej.
 - Rola RODO i regulaminów serwisów w prowadzeniu fan page'y.
 - Granice wykorzystywania utworu lub wizerunku.
 - BIP a publikacje w social mediach.
- 3. Strategia social media dla sektora publicznego.**
- Cele obecności administracji publicznej i samorządowej w mediach społecznościowych.
 - Regionalna strategia rozwoju i jej wdrożenie w social media.
 - Tworzenie planu obecności w mediach społecznościowych krok po kroku.
 - Zagadnienie RTM i możliwości jego wykorzystania.
 - Influencer marketing: jak wykorzystać influencerów do promocji.
 - Mierzenie zakładanych celów, wybrane narzędzia monitoringu mediów społecznościowych.
- 4. Wykorzystanie mediów społecznościowych w komunikacji z interesariuszami.**
- Komunikacja administracji publicznej i jej specyfika.
 - Style komunikacji w mediach społecznościowych.
 - Wykorzystanie prostego języka.
 - Znaczenie identyfikacji wizualnej i grafiki.
 - Rola mediów społecznościowych w zarządzaniu kryzysowym.
 - *Employee Advocacy* i *social media policy* dla sektora publicznego.

ADRESACI:

Pracownicy administracji publicznej odpowiedzialni za komunikację w mediach społecznościowych – pracownicy: wydziałów promocji urzędów i jednostek organizacyjnych, instytucji kultury, ośrodków sportu oraz instytucji realizujących projekty we współpracy z administracją publiczną.

PROWADZĄCY:

Obecnie pracownik sektora publicznego, który w branży public relations i zintegrowanej komunikacji marketingowej pracuje prawie 15 lat. Na różnych stanowiskach związanych z komunikacją i marketingiem realizował projekty z zakresu PR produktowego i korporacyjnego. Odpowiadał również za kampanie CSR i PR regionów. Przez wiele lat był rzecznikiem prasowym. Zajmował się także komunikacją w największym polskim portalu społecznościowym nk.pl. Jest absolwentem politologii, filozofii oraz podyplomowych studiów z public relations.



Media społecznościowe w sektorze publicznym



Szkolenie będziemy realizowali w formie webinarium on line.



19 sierpnia 2021 r.

Szkolenie w godzinach 9:30-14:30



Cena: 309 PLN netto/os. Udział w szkoleniu zwolniony z VAT w przypadku finansowania szkolenia ze środków publicznych.

CENA zawiera:

udział w profesjonalnym szkoleniu on-line,
materiały szkoleniowe w wersji elektronicznej,
certyfikat ukończenia szkolenia, możliwość konsultacji z trenerem.

DANE DO KONTAKTU:

Fundacja Rozwoju Demokracji Lokalnej Ośrodek Regionalny w Zielonej Górze
al. Niepodległości 16/9, 65 – 048 Zielona Góra
tel. 68 453 22 09, e-mail: szkolenia.zg@frdl.org.pl,
www.zg.frdl.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 certyfikat w formie: Elektronicznej e mail.....

Proszę o przesłanie faktury 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.zg.frdl.pl oraz zawartej w nim Polityce prywatności i ochrony danych osobowych.

Wypełnioną kartę zgłoszenia należy przesać poprzez formularz zgłoszenia na www.zg.frdl.pl lub mailem na adres szkolenia.zg@frdl.org.pl do 16 sierpnia 2021 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 _____

