**PROGRAM SZKOLENIA**

**„MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE W BIZNESIE”**

**1. POWITANIE GOŚCI**

**2.** **PREZENTACJA OGÓLNYCH ZAŁOŻEŃ SZKOLENIA –** Nasza działalność przenosi się „do sieci”, a także wszelkie działania, które mają na celu promowanie naszego produktu, czy usługi. W jaki sposób prezentować treści reklamowe? Na czym polega kreowanie wizerunku w mediach społecznościowych? Czy znamy odpowiednie narzędzia i potrafimy je zastosować? Jakie są zalety i wady obecności w sieci? W jaki sposób zadbać o bezpieczeństwo? Na te pytania odpowiemy podczas szkolenia.

**3.** **CZĘŚĆ MERYTORYCZNA**

**a)** **OPRACOWANIE PLANU – STRATEGIA**

Odpowiednia strategia to pierwszy krok do osiągnięcia sukcesu. Powinniśmy dokładnie określić, co chcemy zaprezentować na stronach internetowych. Opracowanie planu krótkofalowego i długofalowego pozwoli odpowiednio rozłożyć akcenty na prezentowane treści – czy promujemy produkt, który rzeczywiście jest potrzebny?

Kto stanowi naszą grupę docelową?

Jakie potrzeby ma grupa docelowa?

Jakie są jej preferencje odnośnie zastosowanych treści? ( dobór pod względem wykształcenia, wieku, doświadczenia ).

**b)** **PRZEKAZ I JEGO WARTOŚĆ**

Mocne i słabe strony powinny skupić naszą uwagę jeszcze przed publikacją treści. Trzeba odpowiednio przygotować się do określonego odbioru – w świecie Internetu najważniejsze są opinie, „lajki” , udostępnienia – jak o nie „walczyć”?

**c)** **FILMY PROMOCYJNE – TWORZENIE INTERNETOWYCH PRZEKAZÓW**

Znajomość elementów technicznych, takich jak odpowiedni dobór ujęć, światło, wprowadzenie lektora – może pomóc w tworzeniu interesujących przekazów w Internecie. Formy audiowizualne przyciągają odbiorców, którzy chcą oglądać wybrane przekazy w atrakcyjnej formie. Stanowi to także element wyróżniający pośród wielu treści, publikowanych w Internecie.

**d)  TREŚĆ A KWESTIE BEZPIECZEŃSTWA**

Zasady bezpieczeństwa są kluczowe w udostępnianiu treści. Trzeba posiadać wiedzę, co można podawać do publicznej informacji, a co stanowi zagrożenie – są to kwestie prawa prasowego, dlatego warto poznać je przed publikacją, aby uniknąć konsekwencji.

**e)** **FORMY GRAFICZNE**

Nowoczesne narzędzia otwierają przed użytkownikami różnorodne możliwości, dotyczące tworzenia form audiowizualnych – w jakich sytuacjach je stosować? Które z nich stanowią atrakcyjny dodatek ? czy poprzez nieumiejętne zastosowanie, przekaz może stać się mało czytelny? Na to pytanie odpowiemy podczas dyskusji.

**4. CZĘŚĆ SZKOLENIOWA – PRZYGOTOWANIE KRÓTKIEGO FILMU i PREZENTACJA HASŁA REKLAMOWEGO** – krótkie przekazy typu „rolka” są obecnie pożądaną formą promocji biznesu – omówienie przygotowanych przekazów w kontekście współczesnej reklamy

**5. PODSUMOWANIE SZKOLENIA –** wspólne określenie najważniejszych założeń materiału filmowego, dodatkowe pytania do osoby prowadzącej szkolenie.

**6.** POŻEGNANIE