

## **MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE W SEKTORZE PUBLICZNYM. JAK DZIAŁAĆ SKUTECZNIE?**

### **WAŻNE INFORMACJE O SZKOLENIU:**

Facebook, Instagram, YouTube, Twitter – to tylko niektóre serwisy społecznościowe, z których korzystają przedstawiciele sektora publicznego. A w ostatnim czasie popularność zdobywają również LinkedIn i TikTok. Czy jednak urzędy oraz ich jednostki organizacyjne korzystają z tej formy komunikacji właściwie? Liczne, często niecisłe regulacje prawne, specyficzne oczekiwania odbiorców, a także przekazywanych komunikatów powodują, że aby komunikacja sektora publicznego w tej przestrzeni była właściwa, należy zapoznać się z najważniejszymi uwarunkowaniami. Zarówno dotyczącymi samej komunikacji, budowania jej strategii, jak też funkcjonowania poszczególnych serwisów i obowiązującego prawa. Jak wykorzystywać funkcje poszczególnych serwisów? Jak skutecznie docierać do odbiorców i powiększać ich liczbę? Jak prowadzić atrakcyjny profil? To tylko niektóre pytania, na które odpowiedź poznają uczestnicy szkolenia.

### **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, YouTube, TikTok) i możliwościami komunikacji za ich pośrednictwem mieszkańcami.
- Dowiedzą się, w jaki sposób administratorzy fanpage'y powinni 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 w mediach społecznościowych.
- Zapoznają się ze znaczeniem *Employee Advocacy* i *social media policy*
- 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 (z uwzględnieniem Facebooka, Instagrama, YouTube'a, TikTok'a, LinkedIn'a).**
  - Kim są obywatele świata cyfrowego i czego oczekują od administracji w Sieci?
  - Media społecznościowe i sektor publiczny: jak to się zaczęło i co dziś z tego wynika.
  - Przegląd najważniejszych mediów społecznościowych i ich roli w komunikacji: jakie portale wybrać do swojej komunikacji.
  - Rodzaje kont społecznościowych: jak za ich pośrednictwem budować relację z odbiorcą.
  - Funkcje poszczególnych serwisów: jak właściwie je wykorzystać.

- Mała gmina w wielkim świecie: przedstawienie możliwości kanałów społecznościowych w promocji sektora publicznego i jego komunikacji z interesariuszami.
- 2. Otoczenie prawne a obecność sektora publicznego w mediach społecznościowych.**
    - Jakie ustawy powinien znać administrator fanpage w sektorze publicznym.
    - Blokowanie użytkowników: co można, a co wypada.
    - Wykluczanie z debaty w mediach społecznościowych a kluczowe opinie i wyroki sądów.
    - RODO czy regulamin: co jest istotniejsze dla fanpage'y.
    - Dlaczego Biuletyn Informacji Publicznej jest ważniejszy niż fanpage.
    - Czy repostując łamiemy regulamin, czyli o prawie autorskim w mediach społecznościowych.
  - 3. Strategia social media dla sektora publicznego.**
    - Po co instytucjom publicznym media społecznościowe.
    - Dlaczego nie warto zakładać fanpage'y bez dokładnego planu.
    - Tworzenie planu obecności w mediach społecznościowych krok po kroku.
    - Regionalna strategia rozwoju i jej wdrożenie w *social media*.
    - Real Time Marketing: czy sektor publiczny może skutecznie z niego korzystać.
    - Influencer marketing, czyli jak i z kim warto współpracować.
    - Narzędzia monitoringu mediów społecznościowych, czyli o mierzeniu zakładanych celów.
  - 4. Wykorzystanie mediów społecznościowych w komunikacji z interesariuszami.**
    - Komunikacja administracji publicznej i jej specyfika.
    - Style komunikacji w mediach społecznościowych: jak wybrać i zastosować właściwy uwzględniając charakter danego portalu.
    - Wykorzystanie prostego języka w komunikacji: praktyczne wskazówki.
    - Gdy grafik jest na urlopie, czyli o tworzeniu właściwych grafik i stosowaniu spójnej identyfikacji wizualnej.
    - Rola mediów społecznościowych w zarządzaniu kryzysowym.
    - *Employee Advocacy* i *social media policy* dla sektora publicznego.

#### **ADRESACI:**

Pracownicy sektora publicznego odpowiedzialni za komunikację w mediach społecznościowych.

#### **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 również komunikacją w największym polskim portalu społecznościowym nk.pl. Jest absolwentem politologii, filozofii, a także podyplomowych studiów z public relations.



## Media społecznościowe w sektorze publicznym. Jak działać skutecznie?



Szkolenie będziemy realizowali w formie webinarium on line.



**18 listopada 2021 r.**

**Szkolenie w godzinach 10:00-14:00**



**Cena: 319 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 Centrum Szkoleniowe w Łodzi  
ul. Jaracza 74 90-242 Łódź  
tel. 42 307 32 38, mail: [biuro@frdl-lodz.pl](mailto:biuro@frdl-lodz.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:

Papierowej

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.frdl-lodz.pl](http://www.frdl-lodz.pl) oraz zawartej w nim Polityce prywatności i ochrony danych osobowych.

**Wypełnioną kartę zgłoszenia należy przestać poprzez formularz zgłoszenia na [www.frdl-lodz.pl](http://www.frdl-lodz.pl) do 15 listopada 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 \_\_\_\_\_

