

MARKETING I PROMOCJA WYDARZEŃ KULTURALNYCH

WAŻNE INFORMACJE O SZKOLENIU:

Szkolenie odpowiada na realne potrzeby jednostek administracji publicznej w zakresie prowadzenia skutecznej komunikacji z odbiorcami oraz promocji działań instytucji w środowisku cyfrowym. W praktyce wiele działań informacyjnych nie osiąga oczekiwanych efektów, co wynika nie z braku aktywności, lecz z niedopasowania komunikatów do odbiorców oraz niewłaściwego planowania działań promocyjnych.

Udział w szkoleniu pozwala uporządkować wiedzę z zakresu planowania komunikacji i promocji wydarzeń oraz zrozumieć, jak tworzyć treści, które są czytelne, angażujące i skuteczne. Szkolenie koncentruje się na realnych zadaniach wykonywanych przez pracowników urzędów, takich jak przygotowywanie komunikatów, prowadzenie mediów społecznościowych czy informowanie o działaniach instytucji.

W trakcie szkolenia uczestnicy:

- poznają sposoby planowania działań komunikacyjnych i promocyjnych w administracji publicznej,
- nauczą się tworzyć treści dostosowane do różnych grup odbiorców, w tym mieszkańców o zróżnicowanych potrzebach i poziomie zaangażowania,
- zrozumieją, jak zwiększać zasięg i skuteczność komunikacji bez konieczności zwiększania budżetu,
- zobaczą, jak prowadzić komunikację w mediach społecznościowych w sposób uporządkowany i spójny,
- dowiedzą się, jak budować wiarygodny wizerunek instytucji oraz jej pracowników w przestrzeni publicznej.

Szkolenie wyróżnia się naciskiem na praktyczne zastosowanie wiedzy, analizę rzeczywistych przykładów oraz pokazanie, jak niewielkie zmiany w komunikacji mogą przełożyć się na większe zainteresowanie i zrozumienie przekazu przez mieszkańców.

Główną motywacją do udziału jest możliwość poprawy jakości komunikacji instytucji, zwiększenia skuteczności działań informacyjnych oraz lepszego wykorzystania dostępnych kanałów kontaktu z mieszkańcami.

CELE I KORZYŚCI:

Celem szkolenia jest rozwinięcie kompetencji pracowników administracji publicznej w zakresie planowania i prowadzenia skutecznej komunikacji oraz działań promocyjnych skierowanych do mieszkańców, z uwzględnieniem specyfiki instytucji publicznych i ich roli informacyjnej.

Po ukończeniu szkolenia uczestnik:

- będzie potrafił planować działania promocyjne wydarzeń w sposób uporządkowany i dostosowany do odbiorców,
- nauczy się tworzyć angażujące treści, które zwiększają zainteresowanie i frekwencję,
- zrozumie, jak dopasować komunikację do różnych grup odbiorców i kanałów komunikacji,
- będzie umiał wykorzystywać współpracę z mediami i partnerami lokalnymi do zwiększania zasięgu działań,
- zyska wiedzę na temat budowania spójnego wizerunku instytucji oraz roli personal branding pracowników w komunikacji.

Szkolenie pozwoli uczestnikom uzyskać odpowiedzi na kluczowe pytania:

- Jak zaplanować promocję wydarzenia, aby dotrzeć do właściwych odbiorców?
- Jak tworzyć treści, które przyciągają uwagę i zachęcają do udziału?
- Jak zwiększyć frekwencję na wydarzeniach bez zwiększania budżetu?
- Jak współpracować z mediami i partnerami, aby wzmocnić komunikację?
- Jak budować wiarygodny i rozpoznawalny wizerunek instytucji oraz jej przedstawicieli?

PROGRAM:

1. Wprowadzenie do marketingu wydarzeń kulturalnych:

- Specyfika promocji wydarzeń w instytucjach publicznych, różnice między komunikacją komercyjną a publiczną, cele działań promocyjnych w kontekście lokalnej społeczności, najczęstsze błędy w promocji wydarzeń.
- 2. Planowanie działań promocyjnych:**
 - Tworzenie planu promocji wydarzenia krok po kroku, określenie grup docelowych, dobór kanałów komunikacji, harmonogram działań przed, w trakcie i po wydarzeniu, dostosowanie działań do możliwości organizacyjnych i budżetowych.
 - 3. Tworzenie angażujących treści:**
 - Pisanie zapowiedzi wydarzeń, tworzenie postów do mediów społecznościowych, redagowanie opisów i komunikatów, dostosowanie języka do odbiorców, skracanie i upraszczanie treści, najczęstsze błędy w komunikacji.
 - 4. Media społecznościowe w promocji wydarzeń:**
 - Rola Facebooka i innych kanałów w komunikacji lokalnej, planowanie publikacji, budowanie zaangażowania odbiorców, wykorzystanie zdjęć i relacji, utrzymanie aktywności profilu między wydarzeniami.
 - 5. Współpraca z mediami i partnerami lokalnymi:**
 - Jak nawiązywać i rozwijać współpracę z mediami lokalnymi, przygotowanie informacji prasowych, współpraca z instytucjami, organizacjami i partnerami, wzmacnianie zasięgu działań poprzez relacje i sieci kontaktów.
 - 6. Zwiększanie frekwencji i zaangażowania odbiorców:**
 - Czynniki wpływające na decyzję o udziale w wydarzeniu, budowanie zainteresowania przed wydarzeniem, działania w trakcie i po wydarzeniu, wykorzystanie doświadczenia uczestników do promocji kolejnych inicjatyw.
 - 7. Personal branding pracowników w instytucji publicznej:**
 - Rola osób reprezentujących instytucję w komunikacji, budowanie wiarygodności i rozpoznawalności, spójność komunikacji indywidualnej i instytucjonalnej, wykorzystanie obecności pracowników w mediach społecznościowych.
 - 8. Przegląd dobrych praktyk i rekomendacje:**
 - Analiza przykładów działań promocyjnych, omówienie skutecznych rozwiązań, wnioski i rekomendacje możliwe do wdrożenia w codziennej pracy.

ADRESACI:

Szkolenie skierowane jest do osób odpowiedzialnych za komunikację z mieszkańcami oraz prowadzenie działań informacyjnych i promocyjnych w instytucjach kultury oraz urzędach.

Najwięcej skorzystają:

- pracownicy instytucji kultury, urzędów miast i gmin, starostw powiatowych oraz jednostek organizacyjnych administracji,
- osoby zatrudnione w wydziałach promocji, komunikacji społecznej, obsługi mieszkańców, organizacyjnych oraz edukacji i spraw społecznych,
- pracownicy odpowiedzialni za prowadzenie mediów społecznościowych oraz stron internetowych urzędu,
- osoby przygotowujące komunikaty, ogłoszenia, informacje publiczne i materiały informacyjne,
- kadra kierownicza odpowiedzialna za wizerunek instytucji oraz kontakt z otoczeniem.

Szkolenie ma charakter praktyczny i jest przeznaczone zarówno dla osób początkujących, które nie posiadają doświadczenia w planowaniu komunikacji, jak i dla uczestników posiadających doświadczenie, którzy chcą uporządkować wiedzę i zwiększyć skuteczność swoich działań.

PROWADZĄCA: Dr nauk społecznych, wykładowca na Wydziale Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego (Katedra Komunikacji Społecznej i Public Relations). Magister marketingu (WSZiM) oraz specjalistka ds. public relations (ISNS UW i IFiS PAN). Prowadzi kursy i szkolenia dla firm i organizacji non-profit, a także kursy na Uniwersytecie Otwartym UW. Publishing Director w London Wall Publishing, sekretarz Car of the Year Polska, członkini Sektorowej Rady ds. Kompetencji Sektora Komunikacji Marketingowej, Polskiego Stowarzyszenia Public Relations, Polskiego Towarzystwa Komunikacji Społecznej oraz Polskiego Naukowego Towarzystwa Marketingu. Posiada doświadczenie prowadzeniu kampanii komunikacyjnych i marketingowych, e-commerce oraz działaniach wspomagających e-biznes. Specjalistka w zakresie marketingu cyfrowego, budowania wizerunku i zarządzania kryzysowego, a jej umiejętność budowania autentycznej i angażującej komunikacji sprawia, że firmy, organizacje i

studenci chętnie korzystają z jej wiedzy i doświadczenia. Łącząc pasję do marketingu, technologii i edukacji, nieustannie rozwija nowe inicjatywy, dzieląc się swoją wiedzą, inspirując innych i kreując innowacyjne rozwiązania w dziedzinie komunikacji. Aktywnie angażuje się również w rozwój młodych talentów poprzez działalność w Kole Naukowym AI Explorers, gdzie inspiruje studentów do eksplorowania nowych technologii w kontekście mediów i biznesu. Swoją działalność akademicką i zawodową łączy z aktywnym zaangażowaniem w sektorze organizacji pozarządowych oraz edukacji.

Marketing i promocja wydarzeń kulturalnych



Szkolenie będziemy realizowali w formie webinarium on line.



18 czerwca 2026 r.

Szkolenie w godzinach 10:00-14:00



Cena: 479 PLN netto/os. Przy zgłoszeniach do 3 czerwca 2026 r. cena wynosi: 449 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;
Świętokrzyskie Centrum ul. Sienkiewicza 78, IV piętro, 25-501 Kielce
tel. 41 344 66 30, 533-884-987, centrum@frdl.kielce.pl

DANE UCZESTNIKA ZGŁASZANEGO NA SZKOLENIE

(dane do faktury)

Nazwa i adres nabywcy
NIP Nabywcy

Nazwa i adres odbiorcy
NIP Odbiorcy

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

Faktura zostanie wystawiona jako faktura ustrukturyzowana w Krajowym Systemie e-Faktur (KSeF).

Uwagi:

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.frdl.kielce.pl oraz zawartej w nim Polityce prywatności i ochrony danych osobowych.

Zgłoszenia prosimy przesyłać do 11 czerwca 2026 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 faktury w KSeF.**

Podpis osoby upoważnionej _____