

18-19 kwietnia 2018
Wieluń

Instytucja kultury ONLINE

18.04.2018 (środa)

- 9.00-10.00 Rejestracja uczestników (Kino -Teatr Syrena WDK Wieluń, ul. Narutowicza 2, Wieluń)
- 10.00-10.15 Powitanie uczestników Forum i zaproszonych gości (Kino-Teatr Syrena WDK Wieluń)
- 10.15-11.00 **Strategia kultury online/offline**
Katarzyna Toczko, Dominik Pokornowski (Public Relations 3.14PR)
- 11.00-11.45 **Liderzy opinii we współpracy z ośrodkiem kultury: blogerzy, vlogerzy, influencerzy**
Sławomir Czarnecki (Instytut Kultury Miejskiej w Gdańsku)
- 11.45-12.30 **Jak nie bać się badania i rozwoju publiczności w instytucji kultury?**
Joanna Tabaka („Widok na widownię”)
- 12.30-12.45 Przerwa kawowa
- 12.45-13.30 **Facebook jako niezbędny komunikacji online – aktualne taktyki, wideo**
Monika Nowakowska (Wirtualna Polska)
- 13.30-14.15 **Kultura na Instagramie, czyli jak robić internety z godnością**
Katarzyna Toczko (Public Relations 3.14PR)
- 14.15-15.15 Obiad
- 15.15-16.00 **Co to znaczy dobra strona internetowa? Dobre i złe praktyki www; architektura informacji, webwriting**
Dominik Pokornowski (Public Relations 3.14PR)
- 16.00-16.45 **On-line, ale po co...?**
Wojciech Szuniewicz (Krotoszyński Ośrodek Kultury)
- 16.45-17.00 **Panel dyskusyjny**
- 17.00-18.00 **Kulturalny Portret Wieluńskiego Domu Kultury**
- 18.00-18.15 Przejazd do Hotelu „Zielona Weranda” (Wieluń – Widoradz 44)
- 19.00 **Uroczysta kolacja**

19.04.2018 (czwartek)

- 8.00-10.00 Śniadanie
- 10.00-10.15 Przejazd do Kina -Teatru Syrena WDK Wieluń, ul. Narutowicza 2, Wieluń
- 10.15-11.00 **Fundusze na kulturę**
Michał Pawłęga (Instytut Doradztwa i Rozwoju Biznesu)
- 11.00-11.15 Przejazd do Muzeum Ziemi Wieluńskiej (ul. Narutowicza 13, Wieluń)
- 11.15-12.15 **Zwiedzanie Muzeum Ziemi Wieluńskiej**
- 12.15-12.30 Przejazd do Muzeum Wnętrz Dworskich w Ożarowie
- 12.30-14.00 **Zwiedzanie Muzeum Wnętrz Dworskich w Ożarowie**
- 14.15-14.30 Przejazd do Kina - Teatru Syrena WDK Wieluń, ul. Narutowicza 2, Wieluń
- 14.30 **Zakończenie Forum**

Liderzy opinii we współpracy z ośrodkiem kultury: blogerzy, vlogerzy, influencerzy (18.04.2018, godz. 11.00-11.45)

Współpraca z twórcami internetowymi to popularny kierunek działań promocyjnych. Czy zawsze się sprawdza? Pod jakimi warunkami? Jakie formy może przybrać? Na co zwrócić uwagę, gdy zdecydujemy się na współpracę? Odpowiedzi na te pytania poszukamy w trakcie wystąpienia. Bez ślepego podążania za trendami, czyli z dozą zdrowego sceptycyzmu.

Sławomir Czarnecki – menedżer kultury, filozof. Pracuje w Instytucie Kultury Miejskiej w Gdańsku, gdzie koordynuje program Obserwatorium Kultury. Autor książki „Nowa widownia. O promocji w kulturze”. Współautor raportów z badań „Poszerzenie pola kultury. Diagnoza potencjału sektora kultury w Gdańsku” oraz „Punkty styeczne: między kulturą a praktyką (nie)uczestnictwa”. Wcześniej był, m.in., szefem marketingu w Teatrze. Píše blog o kulturze „Widownia”.

Jak nie bać się badania i rozwoju publiczności w instytucji kultury (18.04.2018, godz. 11.45-12.30)

Nasza publiczność przestaje być jednostronnym odbiorcą wydarzeń, ale staje się wymagającym, świadomym klientem. Chętnie się dzieli opinią, także tą krytyczną, nie zawsze łatwą do przyjęcia. Jest to czas otwierania się instytucji i świadomego budowania dwustronnej, długoterminowej relacji. Moc tych połączeń może bezpośrednio wpływać na zadowolenie, na wizerunek, ale i być/ nie być instytucji. Teraz bardziej, niż dotychczas, opinia publiczność powinna być brana pod uwagę, ale także w odpowiedni sposób pozyskiwana i przyjmowana. W obliczu nowych technologii czas reakcji staje się kluczowy. Świadomość realnego odbioru naszego programu pozwoli nam efektywniej zaspokajać potrzeby widza, ale także otworzy nowe perspektywy, o których sami byśmy nie pomyśleli, lub potwierdzi nasze przeczucie i obserwacje. W czasie spotkania przybliżymy ideę rozwoju publiczności. Dowiemy się, dlaczego jej kluczowym elementem są badania i jaki związek mają one z naszą misją i wizją. Zaprezentujemy typowe błędy popełniane w ankietach i zastanowimy się, jak się ich wystrzegać.

Odpowiemy sobie także na następujące pytania:

- Czy i jak robić badania publiczności?
- Jaki może być przedmiot badania i z jakich narzędzi możemy korzystać?
- Jakie dane mamy i jak z nich korzystać?
- Czy można zrobić badania bezkosztowo?

Joanna Tabaka – trenerka, specjalistka ds. promocji oraz budowania strategii rozwoju publiczności w sektorze kultury. Studiowała Psychologię na Uniwersytecie Warszawskim oraz Umeå Universitet w Szwecji. Od 8 lat jest związana z warszawskimi instytucjami i projektami kulturalnymi: m.in. Centrum Sztuki Współczesnej Zamek Ujazdowski, Szwajcarska Fundacja dla Kultury Pro Helvetia, TR Warszawa, Teatr Żydowski, Zielony Jazdów, Instytut Teatralny. Jest certyfikowanym koordynatorem wolontariatu kulturalnego. W 2016 zrealizowała autorski cykl spotkań nt. różnych aspektów budowania publiczności, dzięki stypendium Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego. Przeprowadziła ponad 40 warsztatów i spotkań z zakresu promocji kultury i audience development m.in. dla uczestników Kongresu Menadżerów Kultury, Narodowego Centrum Kultury, Fundacji Ari Ari, Fundacji Obserwatorium, Mazowieckiego Instytutu Kultury, Fundacji „Dom Kultury”, inicjatywy „Kino Za Rogiem”, lokalnych domów kultury i bibliotek w całej Polsce. Od 2015 roku, dzieli się swoimi przemyśleniami, wątpliwościami i dobrymi praktykami o tym, jak stawiać się instytucją przyjazną widzowi na blogu pt. „Widok na Widownię”: www.facebook.com/widoknawidownie.

Facebook jako niezbędny komunikacji online – aktualne taktyki (18.04.2018, godz. 12.45-13.30)

Facebook stał się obligatoryjnym kanałem komunikacji. Z trudem można wymienić firmy, instytucje czy ludzi, którzy jeszcze nie mają tam swojego konta. Jak więc wyróżnić się i zostać dostrzeżonym przez internautów? W jaki sposób wykorzystać zmieniającą się politykę Facebooka? Podczas szkolenia opowiem o tym, czego nie może zabraknąć w komunikacji domu kultury, wskażę dobre oraz złe praktyki oparte na przykładach z branży kulturalnej, a także opowiem o tym, w jaki sposób tworzyć angażujące video. Zdradzę sztuczki, dzięki którym można zwiększyć zasięg organiczny postów bez wykupowania płatnych form promocji postów.

Monika Nowakowska – absolwentka Uniwersytetu Mikołaja Kopernika na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna o specjalności PR i branding. Pracowała w dziale promocji toruńskiego Centrum Sztuki Współczesnej „Znaki Czasu”. Zajmowała się prowadzeniem social media dla Międzynarodowego Festiwalu Filmowego TOFIFEST oraz 9 Hills Festival. Doświadczenie pracy w agencji social media zdobywała w „Get More Social”, „White Anchor” i „Jamel Interactive”. Obecnie zajmuje się redagowaniem treści w social media Wirtualnej Polski.

Kultura na Instagramie, czyli jak robić internety z godnością (18.04.2018, godz. 13.30-14.15)

Instagram to nie tylko jeden z najszybciej rozwijających się kanałów społecznościowych, budzących największe zaangażowanie użytkowników - to aplikacja, która ma niezwykle potencjał w kontekście promocji kultury. W ramach wystąpienia przedstawię praktyczne wskazówki dotyczące korzystania z wszystkich funkcjonalności aplikacji (foto, multigalerie, video, hyperlapse, boomerang, instagram stories i reklamy w tym formacie, transmisja live), a także konkretne case studies w sektorze kultury, ze wskazaniem na dobre praktyki.

Katarzyna Toczko – specjalistka od media relations, IP i kreowania wizerunku instytucji. Przez ponad 8 lat pełniła funkcję rzecznika prasowego i kierownika Działu PR w Centrum Sztuki Współczesnej w Toruniu, gdzie razem z zespołem tworzyła i realizowała kampanie promocyjne kilkuset wystaw i wydarzeń kulturalnych, obejmujące reklamę outdoorową, kreatywne projekty eventowe, komunikację w mediach społecznościowych i tradycyjnych. Jest także social media managerką, copywriterką i tłumaczką, prowadzi wykłady oraz szkolenia z zakresu public relations dla sektora kultury i przemysłów kreatywnych, w tym dla Narodowego Centrum Kultury, Narodowego Instytutu Audiowizualnego, Art Inkubatora w Fabryce Sztuki w Łodzi, Łódzkiego Domu Kultury, Urzędu Marszałkowskiego woj. kujawsko-pomorskiego, Sieci Kin Lokalnych, Centrum Promocji Informatyki, Instytutu Socjologii UMK, czy Wojewódzkiego Ośrodka Animacji Kultury w Toruniu.

Co to znaczy dobra strona internetowa? Dobre i złe praktyki www – architektura informacji, webwriting (18.04.2018, godz. 15.15-16.00)

Jak powinna być zbudowana nowoczesna strona internetowa dla instytucji kultury? Jaką powinna mieć architekturę informacji? W jaki sposób ludzie przeglądają strony na urządzeniach mobilnych i co z tego wynika dla kultury? Przegląd aktualnych trendów i niezbędny dla każdego, kto zarządza serwisem internetowym. Jak pisać zrozumiałe teksty o kulturze w internecie? Techniki webwritingu i copywriting w służbie komunikacji internetowej. Od projektowania treści i multimediów, przez aktualne zjawiska (np.emojification).

Dominik Pokornowski – od 14 lat związany z branżą Public Relations. Od 9 lat zarządza projektami, a od 2010 roku konsultant z zakresu komunikacji internetowej, PR-u i zarządzania projektami z dorobkiem ponad 1200 godzin szkoleniowych. Specjalizuje się w szkoleniach dla instytucji kultury, administracji i organizacji społecznych. Przez 7 lat kierował PR-em i marketingiem w Centrum Sztuki Współczesnej w Toruniu.

Współpracuje z instytucjami kultury, przemysłami kreatywnymi i IT. Lider wielu projektów webowych, aktywny trener i konsultant komunikacji internetowej. Z wykształcenia filozof (Uniwersytet Mikołaja Kopernika), ukończył studia podyplomowe z zakresu Public Relations oraz Zarządzania Projektami.

Współpracował i szkolił w ponad 60 organizacjach: Narodowy Instytut Audiowizualny, FilMOTEKA Narodowa, Narodowe Centrum Kultury, Instytut Kultury Miejskiej w Gdańsku, Regionalne Centrum Animacji Kultury, Fabryka Sztuki w Łodzi, Narodowe Centrum Piosenki Polskie w Opolu, Centrum Promocji Informatyki, Polskie Towarzystwo Ekonomiczne, Mazowiecki Instytut Kultury, Agencja Rozwoju Pomorza S.A., Toruńska Agencja Rozwoju Regionalnego, Uniwersytet Mikołaja Kopernika.

haipaa.com

On-line, ale po co...?

Pozyskujemy coraz to nowszą wiedzę o narzędziach komunikacji. Stajemy się coraz bardziej skuteczni, nasze działania się standaryzują, zaczynamy postępować według ustalonych schematów, zasad, zadaniowość, bieżączka... Ale czy przy okazji nie gubimy czegoś, szanowni PR-owcy? Czy jesteście członkami całości zespołu? Czy macie wpływ na działania Waszej instytucji? Czy utożsamiacie się ze strategią instytucji (jeśli jest), misją (jeśli jest)? Czy macie przekonanie, że to co „sprzedajecie” Was obchodzi? Czy gdyby dotarł do Was Wasz własny komunikat wywołałby u Was pozytywną reakcję uczestnictwa...?

Wojciech Szuniewicz - magister pedagogiki w zakresie pracy kulturalno-oświatowej (Uniwersytet Wrocławski), dyplomowany instruktor teatralny (Państwowe Studium Kulturalno-Oświatowe w Kaliszu), 35 lat pracy w animacji kultury, dyrektor Krotoszyńskiego Ośrodka Kultury. Radny Rady Miejskiej Krotoszyna w latach 1990-98, były członek Zarządu Polskiego Forum Kultury Samorządowej, Członek Wielkopolskiej Rady Kultury. Założyciel i reżyser Teatru Scena Prezentacji. Zrealizował ponad 20 spektakli teatralnych. Spod jego ręki wyszło 6 obecnych aktorów, 2 reżyserów. Kierownik kina „Przedwiośnie” w Krotoszynie (10 lat), były szef Dyskusyjnego Klubu Filmowego im. Zygmunta Kałużyńskiego. Organizator międzynarodowych festiwali: „Karnawał Kubański” Krotoszyn 2001, Open Air Festival GLOBAL BEAT Krotoszyn 2002, Krotoszyn FOLK Festiwal 2007, 2008, 2009, 2010. Uczestnik pierwszej edycji programu Dom Kultury+. Partner instytucjonalny między innymi: Teatr Polska, Wratislavia Cantans, Akademia Gitary, BuskerBUS, Europejska Stolica Kultury – Wrocław. Autor stałego cyklu wydarzeń WIĘC WIEC (#wiecuj na rzecz uczestnictwa w kulturze). Członek stowarzyszenia Forum Kraków. Partner organizacyjny II NIEkongresu Animatorów Kultury – Lubiąż 2016. Człowiek Kultury w plebiscycie TVP Poznań za 2016 rok. Stara się postawić ponownie na nogi to, co stoi na głowie.

Fundusze na kulturę, czyli gdzie poszukiwać możliwości finansowania i jak się do tego zabrać (19.04.2018, godz. 10.15-11.00)

W trakcie wystąpienia zastanowimy się na co zwrócić uwagę podejmując decyzję o ubieganiu się o dofinansowanie, a także przeanalizujemy zakres informacji jakie są niezbędne do przygotowania projektu. Następnie przyjrzymy się dostępnym źródłom finansowania projektów w zakresie: upowszechniania kultury, edukacji kulturalnej, ochrony dziedzictwa, infrastruktury kultury, współpracy międzynarodowej, rozwoju społeczności lokalnych, wyrównywania szans oraz pomocnym stronom internetowym.

Michał Pawłęga - specjalizuje się we wsparciu instytucji kultury, jednostek samorządu terytorialnego i organizacji pozarządowych w przygotowaniu i realizacji projektów, przewidzianych do współfinansowania w ramach funduszy zewnętrznych. Współpracował m.in. z Narodowym Centrum Kultury, Fundacją Rozwoju Demokracji Lokalnej, Filharmonią Narodową, Ministerstwem Kultury i Dziedzictwa Narodowego oraz wieloma działającymi lokalnie instytucjami kultury. Był autorem i koordynatorem wielu projektów infrastrukturalnych i tzw. miękkich dotyczących rozwoju społecznego. Od wielu lat odpowiada za ocenę wniosków w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego w województwie mazowieckim. Pełnił także obowiązki członka Komisji Konkursowej w Centrum Komunikacji Społecznej Urzędu m. st. Warszawy. Posiada certyfikat jakości szkoleń I stopnia Stowarzyszenia Trenerów Organizacji Pozarządowych. Był stypendystą programu szkoleniowego Euro NGO Polsko – Amerykańskiej Fundacji Wolności.