

# Media społecznościowe i ich rola w promocji i animacji kultury, 24.09.20

W ramach szkolenia omówione zostały potrzeby organizatorów oraz potrzeby odbiorców w kontekście mediów społecznościowych instytucji kultury. Prowadząca zaprezentowała kanały i sposoby docierania z informacjami do uczestników wydarzeń. Szeroko przedstawione zostały media takie jak Facebook, Instagram oraz TikTok.

Prowadząca opowiedziała o tym, jak prowadzić profil na Facebooku, jak zarządzać wydarzeniami i grupami oraz na co zwrócić uwagę przy analizie zachowań użytkowników i zasięgów. W trakcie szkolenia odpowiadano również na pytania, dlaczego warto mieć profil na Instagramie oraz czy warto korzystać z TikToka.

Nie zabrakło ponadto czasu na przyjrzenie się formatowi podcastów oraz narzędzi pomocnych w pracy social media managera, takich jak: monitoring mediów społecznościowych czy bezpłatne aplikacje do tworzenia grafik, gifów, memów, animacji, prezentacji.

**Marta Bańka** - kierownik działu komunikacji w Instytucie Kultury Miejskiej. Zajmuje się kontaktami z przedstawicielami mediów i komunikacją działań instytucji. Współorganizatorka konferencji „Marketing w kulturze. Komunikacja – trendy – praktyka”. Absolwentka psychologii organizacji, zarządzania i marketingu na Uniwersytecie Gdańskim. Ukończyła studia podyplomowe „Content marketing, storytelling i webwriting” na WSB. Prowadziła szkolenia z zakresu komunikacji wydarzeń, promocji online oraz współpracy z mediami.