

Media społecznościowe i ich rola w promocji i animacji kultury, 6.10.20

Program szkolenia pozostał taki sam. Prowadząca przedstawiła więc potrzeby organizatorów kultury vs potrzeby odbiorców. Opowiedziała, jak prowadzić profil na Facebooku i dlaczego instytucje kultury powinny mieć profil na Instagramie. Spróbowała odpowiedzieć na pytanie czy warto wejść z naszą marką na TikToka oraz jak zacząć nagrywać interesujące treści w formie podcastów.

W trakcie webinarium zaprezentowane zostały ponadto narzędzia pomocne w pracy social media managera: monitoring mediów społecznościowych, bezpłatne aplikacje do tworzenia grafik, gifów, memów, animacji, prezentacji, bezpłatne bazy zdjęć i grafik wektorowych i domena publiczna – jako świetne źródło i inspiracja projektowa.

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.