

## **BUDOWA I PROMOCJA MARKI MIEJSCA (MIASTA, GMINY, REGIONU). JAK SKUTECZNIE KSZTAŁTOWAĆ I KOMUNIKOWAĆ MARKĘ TERYTORIALNĄ?**

### **WAŻNE INFORMACJE O SZKOLENIU:**

Proponowane przez nas zajęcia mają na celu przekazanie podstawowej wiedzy na temat mechanizmów i narzędzi kształtowania marki miejsca oraz budowania jej pozytywnego wizerunku wśród różnych grup interesariuszy wewnętrznych i zewnętrznych. Celem szkolenia jest także inspirowanie uczestników do poszukiwania nowych, atrakcyjnych dla odbiorców, kanałów i sposobów promowania marki miejsca.

### **CELE I KORZYŚCI:**

- Uczestnicy szkolenia:
  - ✓ otrzymają specjalistyczną wiedzę na temat przygotowania i organizacji projektów związanych z kształtowaniem wizerunku oraz promocją miasta bądź gminy,
  - ✓ dowiedzą się, jak pracować nad marką miejsca, jak ją budować, jak ją komunikować, jak utrzymywać zainteresowanie daną marką,
  - ✓ otrzymają szereg praktycznych wskazówek i przykładów odnośnie wykorzystania nowoczesnych instrumentów i kanałów komunikacji w promocji miejsca.

### **PROGRAM:**

#### **1. Miejsce jako produkt, miejsce jako marka:**

- Czynniki kształtujące markę terytorialną. Poziomy wizerunku marki miejsca: świadomość, znajomość oraz stosunek emocjonalny do miejsca.
- Identyfikacja wizualna i branding miasta/gminy. Logo, symbol, herb, kody kolorystyczne.
- Logo miejsca i jego komunikacyjna siła. Logo czy herb?

#### **2. Promocja wewnętrzna i zewnętrzna:**

- Różnorodność adresatów działań promocyjnych i jej wpływ na sposób komunikacji: mieszkańcy, turyści, studenci, inwestorzy, władze.
- Cudzie chwalicie, swego nie znacie. Promocja wewnętrzna i zewnętrzna.
- Ambasador marki miejsca.

#### **3. Znane media, nowe możliwości w promocji marki miejsca:**

- Promocja miejsca a trendy społeczne. Jak wpisać promocję miasta i gminy w aktualną modę?
- Realne jest wirtualne. Podwójna siła tradycyjnych narzędzi promocyjnych.
- Ekologia w służbie działań promocyjnych. Kampanie z ekologią w tle. Opowieść o tym, jak zielony tramwaj objechał świat.

#### **4. Best Practice: przykłady kampanii promujących marki miejsca w Polsce i na świecie. Praktyczne wskazówki na potrzeby strategicznego planowania działań komunikacyjnych marki terytorialnej.**

### **ADRESACI:**

Pracownicy instytucji publicznych, organizacji pozarządowych oraz pracowników administracji samorządowej, jednostki i osoby odpowiedzialnych za promocję, wizerunek urzędu (miasta, gminy itp.), komunikację z mieszkańcami, ocenę poziomu satysfakcji mieszkańców i wdrażanie projektów wpływających na podnoszenie jakości usług świadczonych przez urząd lub instytucję.

### **PROWADZĄCA:**

Absolwentka Katedry Marketingu Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach. Ukończyła kurs Professional Diploma in Marketing i uzyskała międzynarodowy dyplom potwierdzający kwalifikacje i kompetencje marketingowe The Chartered Institute of Marketing in London. Dyrektor Agencji Komunikacji Marketingowej Business Consulting w Katowicach. Zaangażowana w przedsięwzięcia związane z marketingiem terytorialnym oraz promocją miast i regionów. Autorka wielu kampanii promocyjnych dla marek terytorialnych oraz strategii komunikacji marketingowej dla Katowic, Pszczyny i Polkowic. Koordynatorka projektów badawczych związanych z wizerunkiem miejsc. Regularnie prowadzi szkolenia na temat marketingu miejsc oraz zajęcia dydaktyczne z zakresu komunikacji marketingowej na Uniwersytecie Śląskim i w Wyższej Szkole Bankowej w Poznaniu. Współautorka książki „Szukając klienta, czyli jak rozpoznać potencjalnego nabywcę i nie wpaść w pułapkę sprzedawania wszystkim”, która ukazała się na rynku w 2019 roku.

## Budowa i promocja marki miejsca (miasta, gminy, regionu). Jak skutecznie kształtować i komunikować markę terytorialną?



Szkolenie będziemy realizowali w formie webinarium on line.



**30 marca 2022 r.**

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



**Cena: 349 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 Podlaskie Centrum  
ul. Choroszczańska 31, 15-732 Białystok  
tel.: 85 732 17 88 | fax: 85 732 94 84  
mail: [frdl-pc@frdl.bialystok.pl](mailto:frdl-pc@frdl.bialystok.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.bialystok.pl](http://www.frdl.bialystok.pl) oraz zawartej w nim Polityce prywatności i ochrony danych osobowych.

**Wypełnioną kartę zgłoszenia należy przelać poprzez formularz zgłoszenia na [www.frdl.bialystok.pl](http://www.frdl.bialystok.pl) do 24 marca 2022 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 \_\_\_\_\_

