**PROGRAM SZKOLENIA**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Tytuł szkolenia:** | **Jak promować własne badania i działalność dydaktyczną**  **Marketing naukowy, open access** | | | |
| **Czas trwania szkolenia:** | 16 h szkoleniowych / 1h szkoleniowa – 45 minut | | | |
| **Cel szkolenia:** | Celem szkolenia jest dostarczenie podstawowej wiedzy na temat nowych modeli komunikowania się, jakie rozwijają się wraz z nowymi technologiami. W efekcie kursu będziesz swobodnie poruszać się w problematyce makretingu naukowego, promowania wyników badań oraz tworzenia własnej marki zawodowej. Poznasz także zagadnienia związane z ruchem Open Access.  Szkolenie ma charakter aktywny, uczestnicy projektują narzędzia przydatne do przeprowadzenia zajęć. Rozwijają także kompetencje zarządzania grupą. | | | |
| **Proponowane bloki tematyczne i zagadnienia poruszane**  **w trakcie szkolenia:** | | | **Czas** | **Forma prowadzenia zajęć:** |
| **Dzień 1: PROMOCJA** | | | | |
| Wprowadzenie do marketingu akademickiego. Czym jest marketing.  Budowanie własnej marki akademickiej Podstawy identyfikacji wizualnej. | | | 90 | warsztat, ćwiczenia praktyczne z elementami wykładu i moderowana dyskusja |
| Przerwa | | | 15 | Przerwa |
| Tworzenie strony internetowej.  Podstawowe aplikacje (Witryny Google, Sway, Wix, Wordpress)  Tworzenie grafik i filmów promocyjnych.  Podstawowe, proste aplikacje do promocji.  Atrakcyjna forma prezentacji treści. | | | 90 | warsztat, ćwiczenia praktyczne z elementami wykładu i moderowana dyskusja |
| Przerwa | | | 30 | Przerwa |
| Media społecznościowe a marketing akademicki.  Promowanie badań i działalności dydaktycznej w social mediach. | | | 90 | warsztat, ćwiczenia praktyczne z elementami wykładu i moderowana dyskusja |
| Przerwa | | | 15’ | Przerwa |
| Tworzenie kanału na Youtube.  Prowadzenie live’ów i webinariów.  Nagrywanie filmów promocyjnych | | | 90 | warsztat, ćwiczenia praktyczne z elementami wykładu i moderowana dyskusja |
| **Dzień 2: POPULARYZACJA** | | | | |
| Jak wydać książkę lub ebooka.  Podstawowe narzędzia do selfpublishingu. | | | 90 | warsztat, ćwiczenia praktyczne z elementami wykładu i moderowana dyskusja |
| Przerwa | | | 15 | Przerwa |
| Ruch Open Access a popularyzacja własnych badań.(Czasopisma otwarte i repozytoria otwarte, platformy e-learningowe)  Bazy tekstów i materiałów. Polskie projekty otwartej nauki  Jak udostępnić własne dzieła na prawach creative commons. | | | 90 | warsztat, ćwiczenia praktyczne z elementami wykładu i moderowana dyskusja |
| Przerwa | | | 30 | Przerwa |
| Ćwiczenia praktyczne. Tworzenie własnych narzędzi promocyjnych | | | 90 | warsztat, ćwiczenia praktyczne z elementami wykładu i moderowana dyskusja |
| Przerwa | | | 15’ | Przerwa |
| Prezentacja prac. Podsumowanie kursu. | | | 90 | warsztat, ćwiczenia praktyczne z elementami wykładu i moderowana dyskusja |
| **Razem liczba godzin** | | | 16 | |
| **Efekty / wiedza**  Jaką wiedzę zdobędą Uczestnicy szkolenia? | | Zapoznanie z narzędziami TIK przydatnymi do promocji aktywności badawczej i dydaktycznej. | | |
| **Efekty /umiejętności**  Jakieu miejętności zdobędą Uczestnicy szkolenia? | | Po zakończeniu kursu uczestnik potrafi:  - wykorzystać nowe technologie do promocji własnej marki akademickiej  - tworzyć plakaty, infografiki i inne proste grafiki promocyjne  - tworzyć live’wy i prowadzić webinaria  - tworzyć treści do mediów społecznościowych  - przygotować własne ebooki i materiały do książek  - tworzyć autorską stronę internetową, bloga i kanał na YouTube  - publikować teksty i nagrania na licencjach Creative Commons  - wykorzystać zasoby Open Access | | |
| **Efekty /kompetencje**  Jakie kompetencje personalne  i społeczne zdobędą Uczestnicy szkolenia? | | Wzrost zaangażowania w wykonane zadania  Wzrost jakości wykonywanych zadań  Pogłębienie relacji oraz praca w grupie | | |
| **Metody pracy:**  Jakie metody dydaktyczne będą wykorzystywane podczas szkolenia? | | warsztat, ćwiczenia praktyczne z elementami wykładu i moderowana dyskusja | | |