**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 akademickiejPodstawy 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 naukiJak 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 zadaniaWzrost jakości wykonywanych zadańPogłębienie relacji oraz praca w grupie  |
| **Metody pracy:** Jakie metody dydaktyczne będą wykorzystywane podczas szkolenia? | warsztat, ćwiczenia praktyczne z elementami wykładu i moderowana dyskusja |