

**Program VII Forum Instytucji Kultury Województwa Łódzkiego +/- Kultura
Tomaszów Mazowiecki/Spała (28-29 maja 2019)**

**Promocja kultury w Internecie – oczekiwania vs rzeczywistość
Jak skutecznie projektować i realizować strategie komunikacji instytucji kultury
#media; #identyfikacja graficzna; #SocialMedia; #fomo; #strategia;
#deletefacebook; #deleteemail; #zwykłeżycie**

28.05.2019 (wtorek)

- 9.00-10.00 **Rejestracja uczestników** (Miejskie Centrum Kultury w Tomaszowie Mazowieckim, Pl. Kościuszki 18)
- 10.00-11.00 **Powitanie uczestników Forum i zaproszonych gości / Krótka wizytówka tomaszowskiej kultury** (Miejskie Centrum Kultury w Tomaszowie Mazowieckim, Pl. Kościuszki 18, sala wystawowa)
- Prelekcje** (MCK w Tomaszowie Mazowieckim, Pl. Kościuszki 18, sala wystawowa)
- 11.00-11.30 **Koniec e-mail, czyli potęga komunikatorów dla zespołu instytucji i publiczności.**
Dominiki Pokornowski (3.14 PR)
- 11.30-12.00 **Logo i system identyfikacji wizualnej dla instytucji kultury. Przykłady dobrych praktyk i ciekawych rozwiązań.**
Rafał Jara (FABRIC STUDIO)
- 12.00-12.30 Przerwa kawowa (MCK w Tomaszowie Maz., Pl. Kościuszki 18, sala koncertowa)
- 12.30-13.00 **Dziennikarzu, jak do Ciebie dotrzeć? Największe błędy w kontaktach z dziennikarzami.**
Joanna Cieślak-Ospalska (Positive Communication)
- 13.00-13.30 **Kultura jako produkt. Jak projektować kampanię promocyjną i nie bać się marketingu?**
Irmina Marcinkiewicz (Agencja MSU / Uniwersytet Mikołaja Kopernika)
- 13.30-14.30 Przerwa obiadowa (Deko Smaku, Tomaszów Mazowiecki, ul. Wschodnia 14)
- Prelekcje** (MCK w Tomaszowie Mazowieckim, Pl. Kościuszki 18, sala wystawowa)
- 14.30-15.00 **Edukacja kulturalna jako leczenie internetowego FOMO (fear of missing out / strach przed byciem poza siecią).**
Magdalena Jasińska (Wojewódzki Ośrodek Animacji Kultury w Toruniu)
- 15.00-15.30 **Kto na nas patrzy? Kim są "nowi" odbiorcy kultury? Aktualizacja zmian w social media.**
Katarzyna Drewnowska-Toczko (3.14 PR)
- 15.30-15.45 **Panel dyskusyjny**

ORGANIZATOR:

PARTNERZY:

- 15.45-16.00 Przejazd do Miejskiego Centrum Kultury filia PTT Groty Nagórzyckie
 16.00-17.30 **Zwiedzanie MCK PTT Grot Nagórzyckich, przejazd do MCK filii Skansen Rzeki Pilicy, Niebieskich Źródeł – zwiedzanie, przejazd do Areny Lodowej - zwiedzanie**
 17.30-18.30 Wydarzenie artystyczne (Miejskie Centrum Kultury w Tomaszowie Mazowieckim - filia Tkacz, ul. Niebrowska 50)
 18.30-19.00 Przejazd do Centralnego Ośrodka Sportu w Spała, zakwaterowanie (Spała, Al. Prezydenta I. Mościckiego 6)
 20.00 Uroczysta kolacja (COS, Spała, Al. Prezydenta I. Mościckiego 6)

29.05.2019 (środa)

- 8.00-10.00 Śniadanie (COS, Spała, Al. Prezydenta I. Mościckiego 6)
 10.00-12.00 **Zwinne zarządzanie w instytucji kultury – warsztaty**
 Dominiki Pokornowski (3.14 PR)
 10.00-12.00 **Hashtagi w kulturze: wiedza tajemna - warsztaty**
 Katarzyna Drewnowska-Toczko (3.14 PR)
 12.00-13.00 **Zwiedzanie atrakcji Spały (m.in. Centralnego Ośrodka Sportu)**
 13.00-13.15 Przejazd do Inowłodza
 13.15-14.15 **Zwiedzanie zamku w Inowłodzu**
 14.15-14.30 Powrót do COS
 14.30-15.00 Obiad
 15.00 Zakończenie VII FIKWŁ +/- Kultura

ORGANIZATOR:

PARTNERZY:

Szczegółowy opis prelekcji i warsztatów wraz z sylwetkami prelegentów:

28.05.2019 – Miejskie Centrum Kultury w Tomaszowie Mazowieckim, Pl. Kościuszki 18, sala wystawowa

Koniec e-mail, czyli potęga komunikatorów dla zespołu instytucji i publiczności (godz. 11.00-11.30)

Stwierdzenie, że media społecznościowe i komunikatory zdominowały internetową komunikację między ludźmi to frazes. Messenger, Hangout, What's up, Telegram a nawet GaduGadu wypierają aktualnie komunikację mailową w grupach przyjaciół, znajomych, ale i współpracowników. Dlaczego warto oddzielić komunikację prywatną od zawodowej i postawić na instytucjonalny, dedykowany komunikator? Co można zyskać organizując komunikację w zespole pracowników instytucji kultury na dedykowanym multi-czacie? Podczas wystąpienia poznamy praktyczne zasady wdrożenia jednej z popularnych aplikacji (Slack, Telegram, Microsoft Teams) oraz konkretne korzyści, dzięki którym komunikowanie się w zespole pracowników będzie łatwiejsze i przyjemniejsze.

Dominik Pokornowski – od 15 lat związany z branżą Public Relations. Od 9 lat zarządza projektami, a od 2010 roku konsultant z zakresu komunikacji internetowej, PR-u i zarządzania projektami z dorobkiem ponad 1200 godzin szkoleniowych. Specjalizuje się w szkoleniach dla instytucji kultury, administracji i organizacji społecznych. Przez 7 lat kierował PR-em i marketingiem w Centrum Sztuki Współczesnej w Toruniu. Współpracuje z instytucjami kultury, przemysłami kreatywnymi i IT. Lider wielu projektów webowych, aktywny trener i konsultant komunikacji internetowej. Z wykształcenia filozof (Uniwersytet Mikołaja Kopernika), ukończył studia podyplomowe z zakresu Public Relations oraz Zarządzania Projektami. Współpracował i szkolił w ponad 60 organizacjach: Narodowy Instytut Audiowizualny, Filмотeka Narodowa, Narodowe Centrum Kultury, Instytut Kultury Miejskiej w Gdańsku, Regionalne Centrum Animacji Kultury, Fabryka Sztuki w Łodzi, Narodowe Centrum Piosenki Polskie w Opolu, Centrum Promocji Informatyki, Polskie Towarzystwo Ekonomiczne, Mazowiecki Instytut Kultury, Agencja Rozwoju Pomorza S.A., Toruńska Agencja Rozwoju Regionalnego, Uniwersytet Mikołaja Kopernika.

haipaa.com.

Logo i system identyfikacji wizualnej dla instytucji kultury. Przykłady dobrych praktyk i ciekawych rozwiązań (godz. 11.30-12.00)

Prelekcja poruszy temat identyfikacji wizualnej w kontekście problemów z jakimi często borykają się instytucje kultury:

- rola logo: nawet najlepsze logo samotnie jest tylko ładnym obrazkiem, a powinno być narzędziem w ramach systemu identyfikacji,

ORGANIZATOR:



PARTNERZY:



- istota systemowego podejścia do identyfikacji wizualnej, jak zbudować system sprytnie i dlaczego jest to istotne w kwestii chociażby optymalizacji kosztów instytucji,
- rebranding: kiedy jest potrzebny, jak go przeprowadzić dobrze, jak nie utopić kosztów, o czym pamiętać,
- czego uczą nas korporacje z dużymi budżetami na promocję,
- przykłady dobre i złe w kwestii systemów identyfikacji.

Rafał Jara – projektant, grafik specjalizujący się w tworzeniu systemów identyfikacji i komunikacji wizualnej dla firm i instytucji. W ramach praktyki zawodowej zajmuje się również tworzeniem interfejsów użytkownika, projektowaniem stron i aplikacji internetowych. Od ponad dziesięciu lat zdobywa doświadczenie we współpracy zarówno z przedstawicielami sektora kultury, formami komercyjnymi i instytucjami pożytku publicznego.

Dziennikarzu, jak do Ciebie dotrzeć? Największe błędy w kontaktach z dziennikarzami. (godz. 12.30-13.00)

Wydawałoby się, że nasze cele są podobne – mamy ciekawą informację dla dziennikarzy, a dziennikarze ciekawych informacji poszukują. W rzeczywistości jednak nasze potrzeby mogą się różnić, a redakcje stale ignorować wysyłane przez nas informacje. Co zatem zrobić, by zainteresować swoją publikacją media? Na co zwracać uwagę planując media relations? A przede wszystkim jakich błędów unikać w kontaktach z dziennikarzami? Podczas prelekcji przedstawione zostaną największe błędy popełniane przez działy PR i zaprezentowane dobre praktyki, tak by każdy uczestnik wiedział nie tylko czego nie robić w kontaktach z mediami, ale także jak skutecznie docierać do dziennikarzy.

Joanna Cieślak-Ospalska – PRowiec, konsultant, szkoleniowiec. Posiada 20-letnie doświadczenie w pracy w mediach (jako dziennikarz i szef anteny dwóch lokalnych stacji radiowych) oraz z mediami jako PRowiec. Założyciel i wydawca pierwszego toruńskiego portalu poświęconego kulturze: KulturalnyTorun.pl. Jest trenerem oraz konsultantem ds. public relations i marketingu internetowego. Zajmuje się strategiami komunikacyjnymi i wizerunkowymi dla małych i średnich firm oraz przedsiębiorstw ekonomii społecznej. Dużą część jej działań obejmuje budowanie wizerunku zarówno w mediach tradycyjnych, jak i w mediach społecznościowych, komunikacja marketingowa oraz content marketing. Prowadzi szkolenia, konsultacje oraz wykłady, m.in. w Wyższej Szkole Bankowej oraz w Wyższej Szkole Gospodarki w Bydgoszczy. Jest autorką podcastu PositiveMindPl, w którym dzieli się swoją wiedzą dotyczącą budowania marek osobistych.

ORGANIZATOR:



PARTNERZY:



Kultura jako produkt. Jak projektować kampanię promocyjną i nie bać się marketingu? (godz. 13.00-13.30)

Wykład prezentuje miejsce KULTURY w społeczeństwie konsumenckim. Postawione będą pytania, kim jest współczesny odbiorca KULTURY, czego potrzebuje, co wybierze i w jaki sposób dotrze do informacji związanych z KULTURĄ? Jakie są wzajemne powiązania KULTURY i RYNKU. Czy możemy, chcemy, czy już musimy mówić o urynkowieniu zjawisk kulturalnych? Przedstawione zostaną również narzędzia marketingowe, reklamowe i promocyjne do wykorzystania w działaniach związanych z KULTURĄ.

Irmína Marcinkiewicz - od 17 lat związana z branżą marketingu. Jest współwłaścicielem agencji reklamowej MSU Publishing oraz wykładowcą na UMK. Wiele czynników zadecydowało o miejscu, w którym jest, jednym z nich jest edukacja. Jest dyrektorem marketingu, choć kształciła się jako językoznawca (absolwent UMK Wydział Filologiczny) i psycholog zachowań konsumenckich (absolwent SWPS, Wydział Psychologiczny). Skończyła również 3 studia podyplomowe Marketing i Zarządzanie w Wyższej Szkole Zarządzania i Marketingu w Warszawie oraz Coaching Zawodowy w Wyższej Szkole Gospodarki w Bydgoszczy, Project Management na Uniwersytecie Mikołaja Kopernika w Toruniu. Tę wiedzę do dziś wykorzystuje we współpracy z międzynarodowymi markami. Polska, Europa, kraje arabskie, Afryka – z dumą patrzy na zrealizowane przez firmę MSU Publishing globalne kampanie reklamowe. Dziś sama jest wykładowcą i z radością dzieli się swoim doświadczeniem ze studentami, dostrzegając w nich pasję. Prowadzi zajęcia z zakresu copywritingu, psychologii w marketingu oraz organizacji sprzedaży reklamy. Uczy przedsiębiorczości i doradza, jak skutecznie wykorzystać swój potencjał w pracy w marketingu na Wydziale Filologicznym. Aktywnie uczestniczyła również w powstaniu nowego kierunku na UMK Lingwistyka Praktyczna i Copywriting o charakterze całkowicie praktycznych studiów. Jako praktyk biznesu działający między nauką a biznesem chce przekazać, że stała chęć rozwoju i wykształcenie mają nieustanny wpływ na życie i otoczenie. Współpracuje z Biurem Karier UMK, Akademickim Inkubatorem Przedsiębiorczości UMK jako doradca biznesowy. Działa również jako wolontariusz w PMI Project Management Institute, międzynarodowej organizacji, zrzeszającej project managerów, gdzie wraz ze studentami prowadzi sekcję Copywriterzy w PMI Kujawsko-Pomorskie Chapter. W Agencji Reklamowej MSU Publishing zarządza zespołem 30 osób, których wspólna praca składa się na sukces – międzynarodowych marek, dla których pracują (ponad 120 brandów m.in. Procter&Gamble, Tchibo, Polpharma, Lego, Jim Beam) oraz sukces ich samych. To specjaliści w działaniach ATL, BTL oraz w tworzeniu filmów i prezentacji korporacyjnych, które trafiają do wielu krajów świata.

Wyróżnienia:

Kobieta Biznesu 2016 w Plebiscycie czytelników Polska Press- 3 miejsce

Menedżer Roku 2017 Kapituła Gazety Pomorskiej – 1 miejsce

ORGANIZATOR:



PARTNERZY:



Edukacja kulturalna jako leczenie internetowego FOMO [fear of missing out/strach przed byciem poza siecią]. (godz. 14.30-15.00)

Strach przed byciem poza siecią, poczucie, że omijają nas wówczas niezwykle interesujące informacje i zdarzenia jest zjawiskiem niezwykle często spotykanym u dzieci i młodzieży. Nie omija także dorosłych. Konieczność nieustannego bycia online na mesendżerach i portalach społecznościowych wiąże się w konsekwencji z kompleksami i brakiem umiejętności podejmowania decyzji. Pod znakiem m zapytania stawia również umiejętność budowania więzi i dbania o relacje. Czy edukacja kulturalna może stać się remedium na trudne problemy? Jakiego rodzaju działania proponować ludziom, by bycie offline było dla nich ciekawsze? By odzyskali przekonanie, że relacja z drugim człowiekiem i wspólne działanie da im więcej satysfakcji i pozytywnie wpłynie na ich rozwój?

Magdalena Jasińska – animatorka kultury, teatrolożka, animatorka społeczna, autorka projektów artystycznych i warsztatów. Specjalistka ds. teatru i interdyscyplinarnych przedsięwzięć kulturalnych w Wojewódzkim Ośrodku Animacji Kultury w Toruniu. Kierowniczka literacka Teatru Baj Pomorski (2011-2018). Absolwentka filologii polskiej ze specjalnością teatrologiczną UMK w Toruniu oraz Międzyuczelnianych Indywidualnych Studiów Humanistycznych „Artes Liberales”. Autorka książki „Za parawanem Zaczarowanego Świata” napisanej z myślą o jubileuszu Teatru Lalek Zaczarowany Świat oraz artykułów naukowych i recenzji teatralnych publikowanych na łamach czasopism teatralnych i na portalach internetowych. Ukończyła studia podyplomowe z zakresu Komunikacji społecznej i PR w Wyższej Szkole Bankowej w Toruniu.

Kto na nas patrzy? Kim są „nowi” odbiorcy kultury? Aktualizacja zmian w social media. (godz. 15.00-15.30)

Większość instytucji kultury przekonała się do mediów społecznościowych i używa ich do opowiadania o kulturze. Które opowieści trafiają do odbiorców i dlaczego? Co wynika z prowadzonych przez różne palcówki badań publiczności? Podczas wystąpienia dowiemy się o taktykach, które zdają egzamin w kontekście różnych, nawet najbardziej ryzykownych, grup docelowych.

Katarzyna Drewnowska-Toczko – specjalistka w zakresie komunikacji, media relations, PR i kreowania wizerunku instytucji. Przez ponad 8 lat pełniła funkcję rzecznika prasowego Centrum Sztuki Współczesnej w Toruniu. Jako kierownik działu PR CSW w Toruniu tworzyła i realizowała, wspólnie z zespołem, kampanie promocyjne kilkuset wystaw i wydarzeń kulturalnych, obejmujące reklamę outdoorową, kreatywne projekty eventowe, komunikację w mediach społecznościowych i tradycyjnych. Od 2010 r. prowadzi szkolenia i współtworzy strategie komunikacji i promocji z użyciem mediów społecznościowych dla wielu instytucji kultury, w tym dla Filмотeki Narodowej –

ORGANIZATOR:



PARTNERZY:



Instytutu Audiowizualnego, Instytutu Kultury Miejskiej w Gdańsku, Naczelnej Dyrekcji Archiwów Państwowych, Fabryki Sztuki w Łodzi, Międzynarodowego Festiwalu Filmowego Tofifest, Wojewódzkiego Ośrodka Animacji Kultury, Instytutu Filozofii i Instytutu Socjologii UMK czy Centrum Konferencyjno-Koncertowego Jordanki. Entuzjastka Instagrama i orędowniczka języka krańcowej jasności w kontekście promocji kultury.

29.05.2019 – Centralny Ośrodek Sportu w Spale, Al. Prezydenta I. Mościckiego 6

**Zwinne zarządzanie w instytucji kultury – warsztaty
(godz. 10.00-12.00 - limit miejsc, na warsztaty obowiązują zapisy)**

Tajemnicą, która stoi za skutecznością zarządzania zadaniami i projektami jest wizualizacja zakresu pracy. Kiedy cały zespół widzi zadania (oraz ich stan) po prostu lepiej działa. Kanban to prosta i jasna metoda zarządzania zadaniami. Jest popularna w branży IT, ale dzięki swojej prostocie zdobyła szereg innych branż, w tym sektor kreatywny i instytucje kultury. Kanban to opracowana w latach pięćdziesiątych XX wieku w Japonii metoda zarządzania pracą. Samo słowo w wolnym tłumaczeniu można tłumaczyć jako „widoczny spis”. W pierwotnym znaczeniu – w języku japońskim – oznacza: szyld, tabliczkę z napisem informującym, billboard. Właśnie tablica, jako narzędzie wizualizacji pracy jest wyśmienitym sposobem dobrego zarządzania.

Warsztaty dostarczą wiedzy na temat elementarnych zasad działania metody oraz tego jak szybko i skutecznie wdrożyć ją w kilkuosobowych zespołach.

Dominik Pokornowski – od 15 lat związany z branżą Public Relations. Od 9 lat zarządza projektami, a od 2010 roku konsultant z zakresu komunikacji internetowej, PR-u i zarządzania projektami z dorobkiem ponad 1200 godzin szkoleniowych. Specjalizuje się w szkoleniach dla instytucji kultury, administracji i organizacji społecznych. Przez 7 lat kierował PR-em i marketingiem w Centrum Sztuki Współczesnej w Toruniu. Współpracuje z instytucjami kultury, przemysłami kreatywnymi i IT. Lider wielu projektów webowych, aktywny trener i konsultant komunikacji internetowej. Z wykształcenia filozof (Uniwersytet Mikołaja Kopernika), ukończył studia podyplomowe z zakresu Public Relations oraz Zarządzania Projektami. Współpracował i szkolił w ponad 60 organizacjach: Narodowy Instytut Audiowizualny, FilMOTEKA Narodowa, Narodowe Centrum Kultury, Instytut Kultury Miejskiej w Gdańsku, Regionalne Centrum Animacji Kultury, Fabryka Sztuki w Łodzi, Narodowe Centrum Piosenki Polskie w Opolu, Centrum Promocji Informatyki, Polskie Towarzystwo Ekonomiczne, Mazowiecki Instytut Kultury, Agencja Rozwoju Pomorza S.A., Toruńska Agencja Rozwoju Regionalnego, Uniwersytet Mikołaja Kopernika.
haipaa.com.

ORGANIZATOR:



PARTNERZY:



Hashtagi w kulturze: wiedza tajemna – warsztaty
(godz. 10.00-12.00 - limit miejsc, na warsztaty obowiązują zapisy)

Hashtagi to zjawisko znane w sieci od dawna - ostatnio jednak zyskały one strategiczne znaczenie w kontekście kampanii marketingowych prowadzonych w social media. Jak wykorzystać hashtagi do promocji wydarzeń kulturalnych? Jak sprawdzają się w konkretnych mediach społecznościowych? Które instytucje w Polsce i na świecie wykorzystują ich potencjał?

Katarzyna Drewnowska-Toczko – specjalistka w zakresie komunikacji, media relations, PR i kreowania wizerunku instytucji. Przez ponad 8 lat pełniła funkcję rzecznika prasowego Centrum Sztuki Współczesnej w Toruniu. Jako kierownik działu PR CSW w Toruniu tworzyła i realizowała, wspólnie z zespołem, kampanie promocyjne kilkuset wystaw i wydarzeń kulturalnych, obejmujące reklamę outdoorową, kreatywne projekty eventowe, komunikację w mediach społecznościowych i tradycyjnych. Od 2010 r. prowadzi szkolenia i współtworzy strategie komunikacji i promocji z użyciem mediów społecznościowych dla wielu instytucji kultury, w tym dla Filмотeki Narodowej – Instytutu Audiowizualnego, Instytutu Kultury Miejskiej w Gdańsku, Naczelnej Dyrekcji Archiwów Państwowych, Fabryki Sztuki w Łodzi, Międzynarodowego Festiwalu Filmowego Tofifest, Wojewódzkiego Ośrodka Animacji Kultury, Instytutu Filozofii i Instytutu Socjologii UMK czy Centrum Konferencyjno-Koncertowego Jordanki. Entuzjastka Instagrama i orędowniczka języka krańcowej jasności w kontekście promocji kultury.

Zgłoszenia na Forum przyjmowane są w wersji elektronicznej – formularz dostępny jest na stronie www.regionkultury.pl w zakładce Baza wiedzy/Konferencje (link: <http://bit.ly/2GLiGAo>).

Na Państwa zgłoszenia czekamy do 15 maja 2019 r.

Osobą do kontaktu w sprawie Forum jest Pani Natalia Korzeniowska (tel. 797 326 219, e-mail: n.korzeniowska@ldk.lodz.pl).

Koszt udziału w Forum:

250 zł/os. – z noclegiem

200 zł/os. – bez noclegu

Warunkiem uczestnictwa w Forum jest dokonanie wpłaty przelewem w wysokości zależnej od wybranej opcji pobytu (z noclegiem/bez noclegu) na konto Łódzkiego Domu Kultury (konto PKO BP I O/Łódź, nr 44 1020 3352 0000 1002 0014 2562) do dnia 24 maja 2019 r. W opisie przelewu prosimy o wskazanie liczby osób, za które dokonywana jest płatność wraz z informacją o wybranej opcji pobytu dla każdej z nich (np. 1 os., z noclegiem/bez noclegu). Po otrzymaniu wpłaty, na podane w zgłoszeniu dane, zostanie wystawiona faktura VAT, która będzie przekazana uczestnikom w pierwszym dniu Forum.

ORGANIZATOR:



PARTNERZY:

