

Marketing treści dla instytucji kultury,

28.04.16

Podczas szkolenia uczestnicy zdobyli wiedzę niezbędną do zaplanowania i realizowania działań marketingowych opartych na dystrybucji angażujących treści. Zadaniem tego typu działań jest przyciągnięcie uwagi odbiorcy.

Uczestnicy cenili sobie konkretne i praktyczne informacje, jakich dostarczył im prowadzący p. Artur Jabłoński.