



Program szkolenia online
„Podstawy marketingu i promocji
w działalności naukowo-badawczej”
realizowanego w ramach programu Inicjatywa Doskonałości
– Uczelnia Badawcza (IDUB)

W szkoleniu mogą uczestniczyć nauczyciele akademicy z grupy badawczej oraz badawczo-dydaktycznej, pracownicy badawczo-techniczni oraz pracownicy administracji pod warunkiem wykonywania obowiązków przy projektach badawczych, zatrudnieni na podstawie umowy o pracę lub aktu mianowania na Uniwersytecie Warszawskim przez cały okres trwania szkolenia.

Prowadzący: **dr Przemysław Jóskowiak, Wydział Neofilologii UW**

Celem szkolenia jest poznanie podstaw działalności marketingowo-promocyjnej w sieci (i nie tylko) oraz nabycie kompetencji zastosowania uniwersalnych zasad marketingowych dla celów naukowo-badawczych.

Program szkolenia obejmuje 8 godz. dydaktycznych i jest realizowany w formie 2-dniowej. W trakcie spotkań przewidziano przerwy.

Szkolenie jest częścią grupy tematów dot. marketingu w badaniach. W kolejnych miesiącach będą realizowane jeszcze szkolenia nt.:

- "Podstawy dostosowania przekazów multimedialnych (copywriting, grafika, audio, wideo) pod wybraną grupę docelową dla celów naukowo-badawczych";
- "Budowa stron internetowych pod działalność naukową dla początkujących" (Wordpress).

Po ukończeniu szkolenia uczestnik:

- zna podstawowe pojęcia marketingowo-promocyjne;
- rozumie podstawowe koncepcje marketingowo-promocyjne;
- zna podstawowe narzędzia działalności marketingowo-promocyjnej;
- potrafi zastosować podstawowe pojęcia, koncepcje i narzędzia marketingowo-promocyjne dla celów własnej działalności naukowo-badawczej.

Ramowy program:

SPOTKANIE 1

1. Prezentacja programu szkolenia.
2. Prezentacja podstawowych pojęć marketingowo-promocyjnych (definicja, przykłady, ćwiczenie).
3. Prezentacja podstawowych koncepcji marketingowo-promocyjnych (definicja, przykłady, ćwiczenie).

SPOTKANIE 2

1. Krótkie podsumowanie spotkania 1.



UNIwersytet
Warszawski



2. Prezentacja podstawowych narzędzi działalności marketingowo-promocyjnej w sieci (definicja, przykłady, ćwiczenie).
3. Prezentacja przykładów zastosowania podstawowych pojęć, koncepcji i narzędzi marketingowo-promocyjnych dla celów własnej działalności naukowo-badawczej (ćwiczenie).