



A KORSZERŰ PR KIHÍVÁSAI

JÚNIUS 30. (PÉNTEK)

9:00 – 18:50

Müller-Vácz Livia: Közösségi kommunikációs trendek, lehetőségek, tapasztalatok

9:00 – 10:30

Hol tart most a közösségi média? – Számok, trendek és eszközök

Hagyományos média vs. közösségi média – Hogy illesszük be a marketing mix-be a közösségi médiát?

10:45 – 12:15

Mi az a tartalommarketing, és hogyan használjuk?

Hogyan posztoljak? – Tippek, tanácsok Facebook tartalomgyártáshoz

12:15 – 13:15

Ebédpszünet

13:15 – 14:45

PPC a gyakorlatban – Lehetőségek a Facebook és Adwords hirdetésekben

Gondolkozzunk folyamatokban – A közösségi eladás 4K-ja

15:00 – 16:30

Youtube – Megéri vloggernek lenni?

A közösségi média jövője – Hová tart a közösségi média?

16:45 – 18:15

Gyakorlat: Tervezzünk kampányokat!



Müller-Vácz Livia: az RG stúdió Senior Online Marketing Managere. 3 éve aktívan foglalkozik online marketinggel, ami nem csak a munkája, de a szenvedélye is.

A stratégiai online marketing tanácsadáson kívül a PPC és tartalommenedzsment terület szakértője.

Tapasztalatával többek között olyan cégeknek segített, mint a Bosch, Telenor vagy a CEWE Fotókönyv.

JÚLIUS 1. (SZOMBAT)

9:00 – 12:30

Dr. Fodor Mónika: A PR és employer branding a gyakorlatban – hogyan építsünk munkáltatói márkát



Dr. Fodor Mónika: egyetemi docens, Óbudai Egyetem Keleti Károly Gazdasági Kar. Kommunikációs és employer branding ország-koordinátor, Continental Hungaria Kft.; Vezető kutató, Radar Research KFT

12:30 – 13:30 Ebédszünet

13:30 – 17:00

Szilágyi Tibor Pál: Storytelling - hogyan meséljünk magunkról és a munkánkról hatékonyan?

A workshop segít abban, hogy megértsük, hogyan és miért működnek a sztorik, tudatosabban használjuk fel mindazt, ami velünk vagy a szervezetünkkel történik, konkrét példákon tanuljunk a profik történetmesélőktől magunk is jobb történetmesélők leszünk és ezeket a képességeket hatékonyabban használjuk fel a prezentációk elkészítésekor, egy-egy kampány megtervezése során vagy akár a szervezetünk fejlesztésében.



Szilágyi Tibor Pál: egyetemi oktató az Óbudai Egyetemen, valamint a Károli Gáspár Református Egyetemen.

Kipróbálta magát multinacionális vállalati környezetben és a versenyszférában is. Kezdetben, mint alkalmazott a telekommunikációs szektorban, majd mint vállalkozó, több cég alapítójaként dolgozott az építőiparban, ahol tapasztalatokat szerzett a beruházások tervezéséről, kivitelezéséről és menedzseléséről közel 15 éven keresztül. Kutatásai során elsődlegesen a Beruházási projektmenedzsment ágazati és területi sajátosságainak vizsgálatával foglalkozik.

Szakterülete: nemzetközi marketing, mikroökonómia, makroökonómia, projektmenedzsment, projektfinanszírozás, piackutatás