Fundusze Europejskie dla Rozwoju Społecznego | Rzeczpospolita Polska | Dofinansowane przez Unię Europejską

Planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych (content marketing)

ZESTAW ĆWICZEŃ

Opracowanie:

dr Bartłomiej Walas, prof. WSTiE

mgr Marek Durmała

mgr Marcin Głuc

mgr Maria Grzechynka

Uznanie autorstwa - Użycie niekomercyjne - Bez Utworów Zależnych 4.0 Międzynarodowa

WYŻSZA SZKOŁA TURYSTYKI I EKOLOGII

Projekt:
„Oferta uczelni dla transformacji energetycznej w Małopolsce Zachodniej"
Nr projektu:
FERS.01.05-IP.08-0452/23
Okres realizacji projektu:
01.09.2024 – 31.08.2026

Małopolska Organizacja Turystyczna

Projekt:
„Oferta uczelni dla transformacji energetycznej w Małopolsce Zachodniej”
Nr projektu:
FERS.01.05-IP.08-0452/23
Okres realizacji projektu:
01.09.2024 – 31.08.2026

1. **Ćwiczenie w parach:** Porównajcie wybrane narzędzia marketingowe z kanałów tradycyjnych i cyfrowych. Zastanówcie się, które z nich lepiej odpowiadają na potrzeby mieszkańców gminy lub darczyńców.
2. **Ćwiczenie grupowe:** Opracujcie listę korzyści z wdrożenia content marketingu w organizacji samorządowej lub NGO, skupiając się na przykładach lokalnych.
3. **Ćwiczenie w parach:** Podzielcie się przykładami z własnej pracy lub życia codziennego, gdzie zastosowano marketing treści, i zastanówcie się, jakie efekty byłyby możliwe do osiągnięcia w przypadku zastosowania bardziej przemyślanej strategii content marketingowej.
4. **Ćwiczenie w grupach:** Wybierzcie przykład organizacji (np. urząd gminy, fundacja, mała firma) i omówcie, jak content marketing może zostać wykorzystany do rozwiązania konkretnego problemu (np. promowanie inicjatywy ekologicznej, zwiększenie frekwencji na wydarzeniach).
5. **Ćwiczenie indywidualne:** Sporządźcie listę zalet i wad marketingu treści w porównaniu do marketingu tradycyjnego, koncentrując się na jego zastosowaniu w organizacjach publicznych i pozarządowych.
6. **Ćwiczenie w grupach:** Wybierzcie jedną z grup docelowych (np. mieszkańcy gminy, wolontariusze) i opracujcie listę celów content marketingowych, które pomogą osiągnąć większą efektywność w dotarciu do tej grupy.
7. **Ćwiczenie indywidualne:** Stwórz listę 3 różnych typów marketingu, które używasz w swojej organizacji, i opisz, które z nich mogą być bardziej efektywne, a które mniej, porównując je do strategii marketingu treści.
8. **Ćwiczenie w grupach:** Zidentyfikujcie 2 cele marketingowe w swojej organizacji i zastanówcie się, w jaki sposób content marketing może pomóc w ich realizacji.
9. **Ćwiczenie indywidualne:** Przeprowadź mini-analizę SWOT swojej organizacji w kontekście działań marketingowych.

Projekt:
„Oferta uczelni dla transformacji energetycznej w Małopolsce Zachodniej”
Nr projektu:
FERS.01.05-IP.08-0452/23
Okres realizacji projektu:
01.09.2024 – 31.08.2026

10. **Ćwiczenie indywidualne:** Przeanalizuj aktualną strategię marketingową Twojej organizacji. Jakie działania marketingowe mogłyby zostać zoptymalizowane?
11. **Ćwiczenie w parach:** Analizujcie strategie content marketingowe innych organizacji publicznych, które wdrażają transformację energetyczną. Zidentyfikujcie mocne i słabe strony ich działań.
12. **Ćwiczenie indywidualne:** Stwórz plan treści dla strony internetowej lokalnej instytucji edukacyjnej, której celem jest promocja transformacji energetycznej w regionie. Zawróćcie uwagę na strukturę treści oraz zastosowanie mediów (zdjęcia, wideo, infografiki).
13. **Ćwiczenie w grupach:** Wybierzcie jeden kanał dystrybucji (np. media społecznościowe, strony internetowe) i zaplanujcie jak wykorzystać go do promocji wydarzenia edukacyjnego na temat transformacji energetycznej w Małopolsce Zachodniej.
14. **Ćwiczenie w grupach:** Opracujcie plan działań związanych z optymalizacją strony internetowej waszej organizacji pod kątem content marketingu, uwzględniając elementy, które należy poprawić lub dodać.
15. **Ćwiczenie w parach:** Wybierzcie temat (np. oszczędzanie energii) i stwórzcie dwa teksty: jeden dostosowany do wpisu na blogu, a drugi do postu na Facebooku. Wskażcie różnice w tonie, długości i strukturze treści.
16. **Ćwiczenie indywidualne:** Przekształć istniejący, długi artykuł na krótką formę wpisu blogowego, stosując zasadę odwróconej piramidy. Skup się na zachowaniu kluczowych informacji i atrakcyjności treści.
17. **Ćwiczenie indywidualne:** Wybierz temat związaną z transformacją energetyczną i stwórz dwa teksty: jeden przystosowany do newslettera, drugi do wpisu na Facebooku. Zwróć uwagę na ton, długość i strukturalną różnicę.

18. **Ćwiczenie w parach:** Wspólnie opracujcie artykuł na temat "Korzyści z inwestycji w zieloną energię", stosując zasadę odwróconej piramidy. Podzielcie się swoimi artykułami i oceńcie, która wersja jest najbardziej przejrzysta i angażująca.
19. **Ćwiczenie w grupach:** Na podstawie wybranego tematu (np. "Transformacja energetyczna w Małopolsce") zapiszcie listę 5 słów kluczowych, które powinny być zawarte w artykule, aby optymalizować go pod kątem SEO.
20. **Ćwiczenie indywidualne:** Przeszukaj dostępne źródła internetowe i wybierz 3 darmowe platformy z grafikami, które mogą być używane w content marketingu. Uzasadnij swój wybór, uwzględniając licencje i dostępność treści.
21. **Ćwiczenie w grupach:** Stwórzcie scenariusz sesji zdjęciowej dla lokalnego wydarzenia edukacyjnego o tematyce ekologicznej. Określcie, jakie elementy wizualne będą istotne, aby przyciągnąć uwagę potencjalnych uczestników wydarzenia.
22. **Ćwiczenie indywidualne:** Przeanalizuj, który z kanałów dystrybucji treści (media społecznościowe, strony internetowe, email marketing) będzie najbardziej efektywny w dotarciu do odbiorców Twojej organizacji. Uzasadnij swój wybór.
23. **Ćwiczenie w grupach:** Przeanalizujcie strukturę strony internetowej wybranego urzędu lub NGO. Wskażcie, które sekcje można zoptymalizować pod kątem content marketingu.
24. **Ćwiczenie indywidualne:** Wyszukaj 3 przykłady darmowych platform do pobierania materiałów graficznych i zapisz, jakie licencje oferują te platformy. Upewnij się, że materiały mogą być używane zgodnie z prawem.
25. **Ćwiczenie w grupach:** Opracujcie plan sesji zdjęciowej promującej lokalny projekt związany z transformacją energetyczną. Określcie, jakie obrazy będą potrzebne (np. instalacja paneli słonecznych, edukacja wśród dzieci) i jak je zaprezentować.

26. **Ćwiczenie w parach:** Wybierzcie jeden kanał (np. Facebook) i opracujcie propozycję postu, który będzie angażował odbiorców.
27. **Ćwiczenie indywidualne:** Zaplanujcie układ landing page na temat transformacji energetycznej. Określcie, jakie elementy muszą znaleźć się na stronie, aby przyciągnąć jak najwięcej odwiedzających.
28. **Ćwiczenie w grupach:** Porównajcie dwa systemy CMS (np. WordPress i Joomla) pod kątem łatwości obsługi, dostępności funkcji SEO i możliwości edytowania treści. Na jakiej platformie przeprowadzilibyście kampanię content marketingową?
29. **Ćwiczenie indywidualne:** Przekształć tekst ogłoszenia urzędowego w formę przystosowaną do publikacji na Facebooku.
30. **Ćwiczenie w grupach:** Opracujcie przykładowy artykuł blogowy na temat transformacji energetycznej. Zwróćcie uwagę na zastosowanie zasady odwróconej piramidy.
31. **Ćwiczenie indywidualne:** Wybierz temat artykułu dotyczącego promocji działań ekologicznych i zaproponuj trzy frazy kluczowe, które można wykorzystać do optymalizacji SEO.
32. **Ćwiczenie indywidualne:** Znajdź w internecie trzy legalne źródła darmowych grafik do użytku w treściach marketingowych i wyjaśnij ich zastosowanie.
33. **Ćwiczenie w grupach:** Opracujcie scenariusz krótkiej sesji zdjęciowej promującej lokalne wydarzenie edukacyjne związane z promowaniem uczenia się przez całe życie.
34. **Ćwiczenie indywidualne:** Zaplanuj landing page dla kampanii edukacyjnej na temat zielonej energii. Uwzględnij elementy, które przyciągną uwagę użytkowników, a także CTA (wezwanie do działania).
35. **Ćwiczenie w parach:** Porównajcie dwie platformy CMS i wskażcie, która lepiej odpowiada potrzebom małej organizacji pozarządowej.

36. **Ćwiczenie w grupach:** Wybierzcie jeden z popularnych systemów CMS (np. WordPress, Joomla) i zaplanujcie, jak można go wykorzystać do stworzenia prostej strony internetowej promującej projekty związane z transformacją energetyczną.
37. **Ćwiczenie indywidualne:** Zidentyfikuj kluczowe wskaźniki efektywności (KPI) dla kampanii informacyjnej o dotacjach na transformację energetyczną.
38. **Ćwiczenie w grupach:** Wybierzcie przykład postu w mediach społecznościowych i zaproponujcie sposoby na zwiększenie interakcji.
39. **Ćwiczenie indywidualne:** Skorzystaj z narzędzi analitycznych (np. Google Analytics) i przeanalizuj ruch na stronie związanej z projektem edukacyjnym dotyczącym energii odnawialnej. Sporządź raport z wynikami.
40. **Ćwiczenie indywidualne:** Na podstawie przykładowych danych analitycznych przygotuj raport z wyników działań content marketingowych. Jakie wskaźniki będą najważniejsze, by ocenić efektywność kampanii?
41. **Ćwiczenie w grupach:** Wybierzcie jeden artykuł dotyczący odnawialnej energii, który był publikowany na stronie internetowej. Oceńcie jego zaangażowanie użytkowników: liczba komentarzy, reakcji, udostępnień. Proponujcie zmiany, które mogłyby zwiększyć interaktywność.
42. **Ćwiczenie w grupach:** Przeanalizujcie popularny post na Facebooku dotyczący edukacji o zielonej energii. Oceńcie, jakie elementy (grafiki, tytuł, długość postu) przyczyniły się do jego zaangażowania.