

# Plan i program: Kurs upravljanja društvenim mrežama

## Ključni koncepti

Na ovom kursu, učesnici će naučiti sledeće:

### Razvijanje i upravljanje strategijom prisutnosti na internetu

Uspostavljanje prisutnosti na internetu na platformama društvenih medija jedna je od glavnih tema o kojima će govoriti na ovoj obuci. Edukativne sesije pomoći će učesnicima da na najbolji mogući način razviju i upravljaju prisutnošću na internetu ali i da svoje proizvode ili usluge plasiraju na vrh tržišta.

Pod prisustvom se podrazumevaju sve aktivnosti i sadržaj koje neka osoba, preduzeće ili bilo koji entitet ima pod svojim imenom na internetu. Prisustvo na internetu podrazumeva resurse, naloge na društvenim mrežama, interakcije i bilo koje druge informacije koje su kreirane o nekom preduzeću ili osobi, ili od strane istih.

### Savladajte veštinu upravljanja društvenim mrežama

Imajući na umu ovaj koncept, učesnici ovog kursa će moći da upravljaju nalogima društvenih mreža (FB, Instagram, LinkedIn, Twitter), uključujući kreiranje kampanja, razumevanje proizvodnje (generisanja) kreativnih ideja,

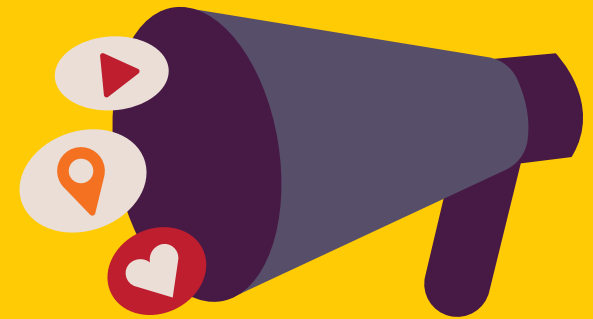
izradu kalendara sadržaja i sve druge relevantne materijale. Učesnici će naučiti kako da kreiraju, objavljuju i analiziraju sadržaj. Osim toga, po završetku obuke biće potpuno opremljeni za korišćenje društvenih medija u svrhu angažovanja i interakcije sa korisnicima društvenih mreža.

Ideacija ili proizvodnju (generisanje) ideja je čin formiranja novih ideja. To je kreativan proces koji obuhvata generisanje, razvoj i komunikaciju koja se tiče novih konceptata i misli, koji postaju osnova inovacione strategije.

Urednički kalendar, odnosno kalendar kreiranog sadržaja je pisani raspored gde i kada neka osoba ili preduzeće planira da objavi budući sadržaj. Kalendari sadržaja obično obuhvataju ažuriranja statusa, predstojeće sadržaje, planirane promotivne aktivnosti, partnerstva i ažuriranja postojećeg sadržaja.

### Targetiranje prave publike u pravo vreme

Targetiranje prave publike u pravo vreme je veoma važno za bilo koji posao. Učesnici ovoga kursa će dobiti priliku da nauče kako da razumeju kada je pravo vreme za pokretanje neke reklame kao i koji je pravi način targetiranja ciljane publike koju mogu da čine poten-



cijalni klijenti, kupci i/ili pratioci. Ciljana publika na društvenim mrežama je posebna grupa ljudi do koje se dolazi putem svojih kanala društvenih medija. To su ljudi koje će najverovatnije zanimati proizvodi, sadržaj ili usluge određenog brenda. Osim toga, postoji i velika verovatnića da dele neke zajedničke karakteristike, poput ponašanja i demografskih podataka.

### Planiranje reklamnih kampanja

Ova stavka ima ključnu ulogu na ovom kursu. Nakon završetka edukativnih sesija, studenti će moći da kreiraju kampanje koristeći odgovarajući sadržaj koji privlači publiku.

Kampanja na društvenim medijima je niz koordinisanih aktivnosti koje streme ka postizanju željenog cilja u određenom periodu. Ishodi kampanje se mogu pratiti i meriti. Kampanja na društvenim medijima može biti ograničena na jednu mrežu ili se može razvijati i prilagođavati tako da odgovara i drugim različitim platformama društvenih medija.

## Ključne veštine

Tokom ovog kursa, pomoći ćemo učesnicima da steknu sledeće sposobnosti:

### 1. Upravljanje

### 2. Kreativnost

### 3. Komunikacija i

### 4. Informisano donošenje odluka

Meke veštine su neophodne kako bi se izvukao maksimum iz ovog kursa. Iako to nije neophodno, najvažnije je zadržati otvoren um i razmišljati na način koji podrazumeva kontinuirano učenje tokom ovih treninga. Ono što bismo naveli kao dobre i korisne meke veštine su:

- **Veštine komunikacije,**
- **Digitalna pismenost,**
- **Kreativnost**
- **Samosvesnost i**
- **Emocionalna inteligencija.**

Kako bi razumeli štivo na kursu i teoriju sprovedi u praksu, učesnici moraju kritički razmišljati, saradivati i komunicirati jedni s drugima ali i sa trenerom, postavljati pitanja, deliti mišljenja i diskutovati o svakoj ideji tokom časova na kursu.

Kreativnost takođe igra vitalnu ulogu jer je sastavni deo same osnove kursa. Sve ovde navedene veštine omogućavaju predavaču da proceni svakog učesnika, otkrije nedostatak znanja i kako ga nadomestiti radi boljeg performansa.

Kreativnost je fenomen koji se ogleda u formiranju nečeg novog i korisnog. Shodno tome, kreativnost će se upotrebljavati u svim relevantnim aspektima ove obuke, pored ostalih ključnih veština. Takođe, pre nego što se odluče na kreiranje, upravljanje i objavljivanje sadržaja, učesnici će naučiti kako da pomno razmisle o nekoj temi i donesu odluku zasnovanu na čvrstim dokazima i tačnim informacijama.

## Vremenski okvir i raspored

Ova obuka će se odvijati deset dana. Učesnici će se dogovarati o najprikladnijem terminu sa svojim predavačima. Detaljnije informacije biće dostupne u agendi kursa.

## Uređaji

U današnje vreme gotovo je nemoguće ne koristiti tehnologiju na kursevima/radionicama.

Zbog toga bi učesnici trebali imati svoj uređaj (laptop/telefon/tablet) i pristup Facebooku i/ili drugim nalogima društvenih mreža. Međutim, tehnička oprema će takođe biti obezbeđena u toku trajanja kursa od strane našeg Centra za inovacije u Mitrovici.

## Metodologija treninga

Većina kurseva će biti interaktivna. Nakon što glavne teme obrade, studenti će takođe imati priliku da kreiraju kampanju pred publikom (ostalim učesnicima obuke) i predstavite svoje kreativne ideje. Redovno učešće, otvorena diskusija i povratne informacije su stvari koje se ohrabruju kod učesnika tokom ovog desetodnevnog kursa.

## Otvoren razgovor i aktivno učešće

Sesije su osmišljene da podstaknu aktivno učešće i vršnjačku saradnju, pored mentorstva od strane predavača. Donošenje odluka na osnovu informacija je jedan od ključnih razloga zašto je marketing na društvenim mrežama transformisao industriju reklamiranja.

S obzirom na količinu podataka prikupljenih pri upravljanju društvenim medijima, može se sa sigurnošću reći da otvoreni razgovori nadopunjuju sesije ovog kursa.

Otvoreni razgovor se odnosi na vrstu vođenja razgovora koji podstiče učenje i motiviše. Vulf, Krosen i Resnik (Wolf, Crossen, and Resnick (2006)) opisuju tri aspekta kod otvorenog razgovora:

### 1. Odgovornost prema zajednici koja uči

### 2. Odgovornost za znanje koje se zasniva na tačnim informacijama

### 3. Odgovornost prema rigoroznom razmišljanju.

## Procena učenja kod učesnika

Priroda ovog kursa je vrlo interaktivna i svaki od polaznika će imati priliku da se uključi i podeli svoje ideje i mišljenja.

Pred kraj kursa održaće se sesija gde će učesnici imati priliku da postavite pitanja i dobiju odgovore na konkretna pitanja kao i usmeravanje na dodatne resurse. Štaviše, učesnici će vežbati svoje veštine u hodu, koristeći platformu Facebook Ads Manager.

Autentični zadaci i intenzivni program učenja pomoću pratećih materijala sastavni su deo kursa. Izvršavanje brojnih autentičnih zadataka biće podstaknuto uz pomoć scenarija iz svakodnevnice. Autentični zadaci zahtevaju od učesnika da koriste strategije, znanja i veštine naučene tokom izvršavanja zadataka koristeći se stvarnim primerima koje osoba treba da obavi u svom profesionalnom ili privatnom životu.

## Problemi u toku savladavanja gradiva

Ukoliko se pokaže da učesnici ne stiču znanja i veštine koje će biti obrađivane tokom kursa, predavač će preporučiti dodatne materijale vezane za obuku na marketingu na društvenim medijima. U isto vreme, tokom sesija, predavač

će se pobrinuti da sve se predavanja održavaju po planu i da svaki student može bez problema pohađati teorijska predavanja.

Biće uvedene sve potrebne mere i podrška radi rešavanja svih problema koji mogu nastati tokom sprovođenja kursa, kako bi se obezbedilo iskustvo nesmetanog usvajanja korisnog znanja i veština.

## Optimalan prostor za učenje

Postoje dve opcije za sprovođenje ovog kursa:

**1. Predavanja koja će biti održana uživo u prostorijama Centra za inovacije u Mirovici**

**2. Predavanja koja će se održati putem internet platformi**

Predavanja koja se održavaju uživo su pogodnija jer će trener lično pratiti napredak svakog učenika, može doći do bolje interakcije, a studenti mogu da razmene i razgovaraju o svojim idejama.

Međutim, u slučaju pogoršanja epidemiološke situacije, kurs se takođe može sprovesti putem internet platformi poput Zoom-a, Microsoft Team, Google Meet platformi i sl.

## Povratne informacije predavača

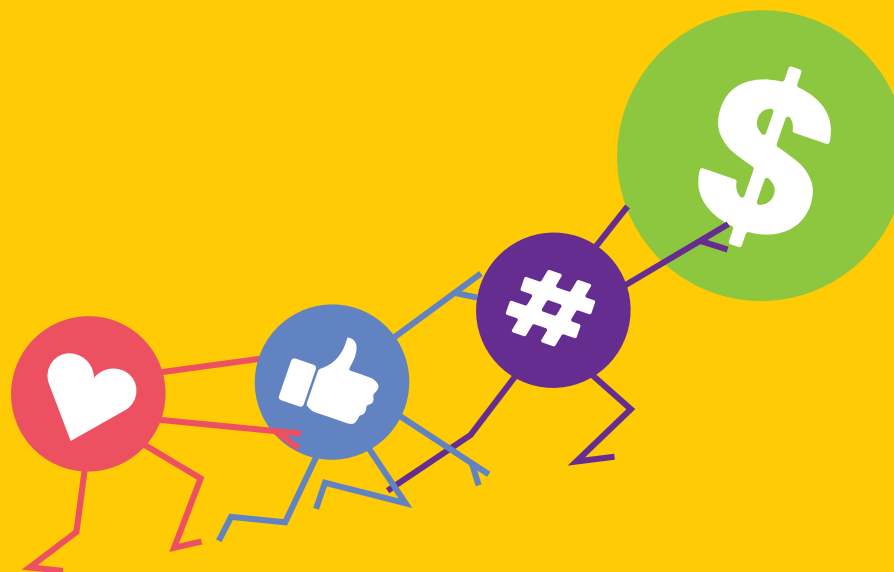
Po završetku kursa biće održane konsultacije (jedan sat po učesniku) na osnovu njihovih potreba. Svaki učenik može slobodno kontaktirati trenera o svojim problemima ili nedoumicama u vezi sa upravljanjem i reklamiranjem na platformama društvenih medija.

Na taj način ćemo obezbediti da odgovarajuće povratne informacije nastavnika i učenika unaprede put učenja čak i nakon završetka obuke.

## Procena znanja i veština učesnika

Svaki učenik će kreirati kampanju u toku predavanja pred ostalim učesnicima. Na neki način, ovaj proces će predavaču dati do znanja do kog stupnja je gradivo savladano. Osim toga, do kraja kursa koju će obezbediti Facebook održat će se sesija pitanja i odgovora i online pripremni test.

U završnoj fazi obuke, predavač i učesnici će znati tačno gde stoje u pogledu naučenog znanja i stečenih veština.



## Trener

Valon Kanhasi je konsultant i trener marketing na društvenim medijima sa više od osam godina iskustva u toku kojih je obučio više od 1.500 učenika.

Hallakate agenciju za društvene medije, osnovao je 2016. godine, gde gospodin Canhasi ima ulogu izvršnog direktora, a njegov tim se sastoji od 10 zaposlenih na različitim pozicijama u kompaniji.

Vodeći kompaniju, organizujući SMM obuke svakog meseca, kao član odbora u STIKK -u, Kosovskoj IKT Asocijaciji, pri Američkoj privrednoj komori, i pri Savetu konsultanata za biznise, g. Canhasi je veoma strastven u podučavanju i stvaranju profesionalaca u ekosistemu društvenih medija.

Gospodin Kanhasi je inženjer medijskih tehnologija. Takođe, on je izvršni direktor marketinga sa sertifikatom SMEI CME 2019. Rođen i odrastao u Prištini, posvećen otac male porodice koju čine dva dečaka i njegova supruga. Albanski jezik mu je maternji, a tečno govori engleski, srpski i turski.

