



Fundusze Europejskie
Wiedza Edukacja Rozwój



**Wydział Nauk Politycznych
i Dziennikarstwa**

Unia Europejska
Europejski Fundusz Społeczny



Tytuł pracy / projektu	Social media marketing i influencer marketing w branży fashion
Imię i nazwisko studenta/tki	Karolina Salczyńska
Rok, kierunek studiów	III LIC – Dziennikarstwo i Komunikacja Społeczna
Promotor pracy	Dr Szymon Ossowski
Nazwa organizacji / instytucji, we współpracy z którą praca została przygotowana	Rada Osiedla Żegrze
Cel projektu	Celem pracy było omówienie znaczenia social media marketingu oraz influencer marketingu w strategiach e-marketingowych. W tym celu przeanalizowana została zawartość profili czterech marek w trzech najważniejszych portalach społecznościowych oraz działania podjęte przez marki w zakresie współpracy z influencerami. W wyniku analizy wykazano skuteczność innowacyjnego podejścia do działań w internecie.
Rezultat – dla organizacji	Dzięki tej analizie Rada Osiedla poznała zasady prowadzenia skutecznej komunikacji w mediach społecznościowych. Poznała dobre praktyki z branży komercyjnej, które mogą zostać z powodzeniem wdrożone w instytucjach niekomercyjnych, także przez samorząd pomocniczy. Organizacja otrzymała wiele ciekawych danych i wskazówek, które pomogą jej lepiej kontaktować się z mieszkańcami poprzez media społecznościowe.
Rezultat – dla studenta	Studentka poznała, poprzez prawidłowo wyciągnięte z analizy wnioski, optymalne sposoby prowadzenia skutecznej komunikacji marketingowej. Ponadto uświadomiła sobie, że zasady z rynku komercyjnego można wykorzystać również na płaszczyźnie niekomercyjnej, w ramach marketingu społecznego.