**Program warsztatów**

**„Budowanie marki lokalnej z udziałem jednostek samorządu terytorialnego i podmiotów ekonomii społecznej”**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Godziny****zajęć (od – do)** | **Tematyka szczegółowa** | **Metody realizacji** *(wykłady, warsztaty, inne)* | **Liczba godzin** | **Imię i nazwisko osoby szkolącej** |
| **DZIEŃ I** |
| **9.00 – 11.15** | 1. Pojęcia i elementy składowe marki lokalnej oraz przykłady.2. Funkcje i znaczenie marki lokalnej dla regionu. | **warsztat** | **3** | Bartosz Wilczyński |
| **11.15 – 11.30** | **Przerwa kawowa** |
| **11.30 – 13.45** | 3. Etapy budowania marki lokalnej, bazującej na lokalnym potencjale i zasobach, ze szczególnym uwzględnieniem obszarów wiejskich. | **warsztat** | **3** | Bartosz Wilczyński |
| **13.45 – 14.45**  | **przerwa obiadowa** |  |  |  |
| **14.45 – 16.15** | 4. Zasady, metody i narzędzia, mechanizmy tworzenia oraz funkcjonowania marki lokalnej.  | **warsztat** | **2** | Bartosz Wilczyński |
| **16.15 -16.30** | **Przerwa kawowa** |  |  |  |
| **16.30 – 18.00** | 5. Współpraca pod marką lokalną – korzyści z takiej współpracy w kontekście rozwoju regionu (dla samorządu, podmiotów ekonomii społecznej, społeczności lokalnej itd.). | **warsztat** | **2** | Bartosz Wilczyński |
| **18.00 – 19.00** | **Kolacja** |
| **DZIEŃ II** |
| **8:00-9:00** | **Śniadanie** |
| **9:00 – 11.15** | 1. Metody odkrywania wartości miejsca pod kątem budowania marki lokalnej.
2. Marka lokalna jako czynnik integrujący i aktywizujący społeczność lokalną oraz podnoszący konkurencyjność regionu/powiatu/gminy.
 | **Wykład/ warsztat** | **3** | Bartosz Wilczyński |
| **11.15 – 11.30** | **Przerwa kawowa** |
| **11.30 – 13.45** | 3. Lokalne partnerstwa trójsektorowe w procesie budowania marki lokalnej.4. Przykłady dobrych praktyk marki lokalnej w Polsce.  | **wykład/ warsztat** | **3** | Bartosz Wilczyński |
| **13.45 – 15.00**  | **Obiad** |  |  |  |