Image not found or type unknown

Social media a etyka lekarska – jak budować markę osobistą bezpiecznie i profesjonalnie

Cel szkolenia:

Przygotowanie lekarzy do bezpiecznego i zgodnego z etyką lekarską budowania obecności i marki osobistej w mediach społecznościowych: znajomości granic dozwolonej autopromocji, ochrony pacjenta i tajemnicy lekarskiej oraz świadomego kreowania wizerunku eksperckiego online.

Wykładowca:

- **dr n. hum. Iwona Kania – absolwentka Wydziału Polonistyki Uniwersytetu Warszawskiego (2012), z wykształcenia logopeda, posiada tytuł doktora nauk humanistycznych w specjalności językoznawstwo polonistyczne, który uzyskała na Wydziale Polonistyki Uniwersytetu Warszawskiego. Przez sześć lat pracowała w Państwowym Instytucie Medycznym Ministerstwa Spraw Wewnętrznych i Administracji w Warszawie, ostatni rok pełniła funkcję rzeczniczki prasowej. Była odpowiedzialna za tworzenie strategii komunikacji oraz polityki informacyjnej szpitala oraz nadzór nad jej realizacją, reprezentowanie placówki w mediach, event management i zarządzanie komunikacją w sytuacjach kryzysowych. W sierpniu 2023 r. powołana na funkcję rzecznika prasowego Ministerstwa Zdrowia i Dyrektora Biura Komunikacji MZ. Od połowy stycznia 2024 pracuje w Naczelnej Izbie Lekarskiej jako zastępca rzecznika prasowego. Zajmuje się także tworzeniem strategii wizerunkowych lekarzy, podmiotów medycznych i firm z obszaru ochrony zdrowia.**

Program szkolenia:

Social media a zawód lekarza: specyfika komunikacji online, oczekiwania pacjentów i odbiorców, różnice między platformami (Instagram, TikTok, Facebook, LinkedIn). Metoda: wykład, przegląd przykładów. Cel: zrozumienie

specyfiki i ryzyk komunikacji medycznej w social mediach.

Granice etyki i prawa: zasady Kodeksu Etyki Lekarskiej dot. reklamy i autopromocji, ochrona tajemnicy lekarskiej i danych pacjenta w treściach publikowanych online, odpowiedzialność zawodowa i prawna. Metoda: wykład, analiza przepisów i orzecznictwa izb lekarskich. Cel: znajomość dopuszczalnych granic działań w social mediach.

Budowanie marki eksperckiej: spójny wizerunek, wiarygodność, dobór treści i formatów, współpraca z markami i reklama a etyka zawodowa. Metoda: dyskusja moderowana, analiza dobrych praktyk. Cel: umiejętność świadomego, spójnego budowania marki osobistej.

Najczęstsze błędy i studia przypadków: analiza rzeczywistych sytuacji kryzysowych i wizerunkowych lekarzy w social mediach oraz sposobów ich unikania. Metoda: analiza case studies, dyskusja grupowa. Cel: wyciągnięcie praktycznych wniosków chroniących przed błędami wizerunkowymi.

Podsumowanie i sesja pytań i odpowiedzi (Q&A) z uczestnikami.

Do kogo skierowane szkolenie:

Szkolenie skierowane jest do lekarzy i lekarzy dentystów, którzy są aktywni w mediach społecznościowych lub chcą świadomie budować swój profesjonalny wizerunek w internecie.