



Meghívó a Magyar Információbrókerek Egyesülete www.mibe.info konferenciájára

Keresés a közösségi médiában

A MIBE konferenciái lehetőséget nyújtanak a térítéses információs szolgáltatást nyújtó szakemberek és a téma iránt érdeklődők számára, hogy megismerjék a rokon szakterületek tevékenységét, módszereit, lehetőségeit, és szakértőikkel kapcsolatba kerülve, együtt is működhessenek velük.

2017. okt. 3., Budapest, T-Systems székház, Budafoki út 56. <http://bit.ly/1U6Hf7v>

09.30 – Érkezés, regisztráció, kávé

10.00 – **Megnyitó** – *Dr. Mikulás Gábor, elnök, Magyar Információbrókerek Egyesülete*

10.10 – **Stratégiai és üzleti döntéstámogatás közösségi médiaelemzéssel** – *Szekeres Péter (ügyvezető, Neticle)*

10.40 – **Adatgyűjtés a közösségi médiából** – *Lévai Richárd (marketing vezető, RG Stúdió)*

11.10 – **Keresési technikák a Facebookon** – *Lukács Ádám József (marketing vezető, Hinora Marketing Group)*

11.40 – **Infobrókerek az Instagramon** – *Kónya Beáta (kommunikációs szakértő, Pikrea)*

12.10 – Ebéd

13.10 – **Hamis hírek, fake news** – *Vadász Pál (ügyvezető, MONTANA Tudásmenedzsment Kft.)*

13.40 – **Hatékony könyvtári és információs vállalkozói Facebook-oldalak** – *Németh-Laczi Nóra (ügyvezető, NetManufaktúra)*

14.10 – **Mire jó és mire nem jó a közösségi média az újságírói kutatásban?** – *Vorák Anita (ügyvezető, újságíró, Direkt36)*

14.50 – 16.00 **Kerekasztal a nap előadóival** – *moderál: Vadász Pál, MONTANA Tudásmenedzsment Kft.)*

Részvételi szándékát szept. 27-ig jelezze itt <http://bit.ly/2cw3SGJ>.

Részvételi díj: 18.000 Ft, egy szervezettől 2 fő: 34.000 Ft, MIBE-tagoknak és közalkalmazottaknak és nappali tagozatos hallgatóknak 8.000 Ft, szept. 27-ig utalva a 11991102-06312392-10000001 MIBE-számlára, „konferencia” és a résztvevő nevének megjelölésével. Helyben fizetve +2.000 Ft. A részvételi díj tartalmazza az ebédet és a frissítőket.

Támogatók: [Infodok Kft.](#), [T-Systems Magyarország Zrt.](#), [KIT Hírlevél.](#)



Keresés a közösségi médiában – A MIBE 16. konferenciája

Stratégiai és üzleti döntéstámogatás közösségi médiaelemzéssel

– Szekeres Péter (üzgyvezető, Neticle)

Az adatvezérelt döntéstámogatás jó példája, hogy hogyan lehet közösségi média adatok, visszajelzések és trendek alapján helyesebb döntéseket hozni stratégiai vagy akár operatív szinten. Előadásomban saját és ügyfélpéldákkal mutatom be a közösségi média-elemzéssel támogatott döntések különböző szintjeit.



Adatgyűjtés a közösségi médiából – Lévai Richárd (marketing vezető, RG Stúdió)

Világszerte közel 3 milliárd, Magyarországon pedig több, mint 6 millió ember használja a különböző közösségi média-oldalakat, melyek a lehető legtöbb adatot gyűjtik össze a felhasználóikról. De mit és hol érhetünk el ezekből? Melyik platformból tudunk adatot kiynerni és melyikből nem?

Keresési technikák a Facebookon – Lukács Ádám József

(marketing vezető, Hinora Marketing Group)

Hogyan tudunk megtalálni valakit a Facebookon akár úgy is, hogy csak pár adatot tudunk róla? Hogyan tudunk vele kapcsolatba lépni? Mire és milyen tartalom keresési lehetőségek vannak a platformon?



Infobrókerek az Instagramon – Kónya Beáta (kommunikációs szakértő, Pikrea)

700 millió globális és mintegy 1 millió hazai felhasználójával az Instagram képmegosztó közösségi alkalmazás az egyik legfontosabb tényező ma a közösségi médiában. Miben különleges ez a platform? Mi jellemzi a magyar felhasználói szokásokat? Elmélyedünk abban, milyen lehetőségei vannak az Instán egy információbrókernek mind tartalomfogyasztóként, mind tartalomgyártóként.

Hamis hírek, fake news – Vadász Pál (üzgyvezető, MONTANA Tudás menedzsment Kft.)

Azt hittük az elején, hogy ez csak egy rossz vicc. A mosoly akkor fagyott le az arcunkról, amikor a világ első számú szuperhatalmának választását befolyásolták a közösségi médiát szennyező megtévesztések. Mit lehet – és nem lehet – tenni ezek ellen?



Hatékony könyvtári és információs vállalkozói Facebook-oldalak – Németh-Laczi Nóra (üzgyvezető, NetManufaktúra)

A „látni” mellett a „láttatni” is fontos a közösségi médiában. Ne csak leskelődj, hanem adjál tartalmat! Így eljárva olyan szakmai és információs kapcsolatokra tehetsz szert, melyek által – tanulva, fontos eseményeket, híreket figyelve és forrásokat azonosítva – sikerebbé válhatnak információszerző projektjeid.

Mire jó és mire nem jó a közösségi média az újságírói kutatásban? – Vorák Anita (üzgyvezető, újságíró, Direkt36)

A közösségi média nagyon megkönnyíti az újságírók munkáját, mert egyszerűen és gyorsan lehet olyan információt gyűjteni rajta, amelyekhez korábban hozzá sem lehetett férni. De a közösségi médiás keresés nem csodaszer, nem helyettesíti a klasszikus újságírói munkát. Az előadásban bemutatom, hogy mire és hogyan használom a munkámban a közösségi médiát.



Megvásárolható kötetek:



A MIBE korábbi konferenciáinak anyagait, az információbrókerséggel kapcsolatos publikációkat tartalmaz az egyesület kiadásában megjelent kötet: **Információból üzleti érték - Az információbróker környezete és munkája (2006.)**



Az **Information Consulting - Guide to Good Practice (Oxford, 2011)** szerzői Annie-Joan Olesen, Irene Wormell, Mikulás Gábor; az információs tanácsadás iránt érdeklődőknek kínál tapasztalatokat induláshoz és a munkához. A gyakorlati szempontokat magyar, brazil, kanadai, dán és svéd esettanulmányok adják.