



FUNDACJA PTA



## Social Media Specialist

Numer usługi 2024/04/04/48579/2112945

📍 Łódź / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 108 h

📅 28.09.2024 do 17.11.2024

10 800,00 PLN brutto

10 800,00 PLN netto

100,00 PLN brutto/h

100,00 PLN netto/h

## Informacje podstawowe

<b>Kategoria</b>	Biznes / Marketing
<b>Sposób dofinansowania</b>	wsparcie dla osób indywidualnych
<b>Grupa docelowa usługi</b>	<p>Grupa docelowa usługi to:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>osoby fizyczne, osoby dorosłe, które ukończyły 18 rok życia</li><li>osoby, które uczą się, pracują lub zamieszkują terytorium wskazane w regulaminie projektu, do którego aplikuje Uczestnik</li><li>osoby chcące z własnej inicjatywy podnieść/uzupełnić swoje umiejętności, kompetencje lub kwalifikacje</li></ul> <p>Wsparciem w ramach projektu zostaną objęte osoby fizyczne (dorośle), które uczą się lub pracują, lub zamieszkują w rozumieniu przepisów Kodeksu Cywilnego na Obszarze Transformacji (OT) i z własnej inicjatywy chcą podnieść umiejętności, kompetencje lub nabyć kwalifikacje (w szczególności osoby w niekorzystnej sytuacji). Osoby dorosłe, które są zatrudnione i jednocześnie prowadzą działalność gospodarczą nie zostaną objęte wsparciem w projekcie.</p>
<b>Minimalna liczba uczestników</b>	5
<b>Maksymalna liczba uczestników</b>	30
<b>Data zakończenia rekrutacji</b>	27-09-2024
<b>Forma prowadzenia usługi</b>	stacjonarna
<b>Liczba godzin usługi</b>	108
<b>Podstawa uzyskania wpisu do BUR</b>	Certyfikat systemu zarządzania jakością wg. ISO 9001:2015 (PN-EN ISO 9001:2015) - w zakresie usług szkoleniowych

# Cel

## Cel edukacyjny

Szkolenie daje możliwość odpowiedniego dobierania kanałów social media dla marki, prowadzi do poznania podstaw tworzenia brand planu i strategii komunikacji i skutecznego wypromowania swojej firmy w Social Mediach. Usługa przygotowuje do tworzenia treści reklamowych, opracowanie kampanii reklamowej na Facebooku i Instagramie. Prowadzi do zdobycia wiedzy z zakresu prawa autorskiego, zagadnień dot. współpracy z influencerami. Daje możliwość zdobycia wiedzy z zakresu fotografii mobilnej.

## Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Rozpoznaje podstawy i teoretyczne aspekty marketingu	Objaśnia analizę SWOT	Test teoretyczny
	Stosuje studia przypadków analizy SWOT w praktyce	Test teoretyczny
Identyfikuje segmentację, targeting i pozycjonowanie	Rozpoznaje kryteria segmentacji rynku	Test teoretyczny
	Stosuje techniki segmentacji rynku	Test teoretyczny
	Stosuje strategie targetingu i pozycjonowania produktu	Test teoretyczny
Objaśnia cele marketingowe	Opisuje cele marketingowe i ich znaczenie	Test teoretyczny
	Rozpoznaje cele marketingowe, potrafi je powiązać z celami organizacji	Test teoretyczny
Rozpoznaje różne typy strategii marketingowych	Różnicuje strategie rynku i rozwoju produktu	Test teoretyczny
	Przedstawia analizę strategii penetracji rynku i rozwoju produktu	Test teoretyczny
Identyfikuje współczesne otoczenie gospodarcze	Rozpoznaje świat VUCA	Test teoretyczny
	Klasyfikuje kluczowe kompetencje, role i wyzwania SMS	Test teoretyczny
	Stosuje Mindset w pracy SMS	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Identyfikuje Buyer Person w marketingu internetowym	Opracowuje cechy charakterystyczne Buyer Person	Test teoretyczny
	Pokazuje korzyści wynikające z używania Buyer Person	Test teoretyczny
	Tłumaczy wybór najbardziej atrakcyjnych segmentów i Buyer Person dla firmy	Test teoretyczny
Wykorzystuje rolę Influencera w Social Mediach	Aranżuje współprace z Influencerami.	Test teoretyczny
	Wyciąga wnioski z influencer marketingu na budowanie marki i zasięg w mediach społecznościowych.	Test teoretyczny
Objaśnia działania algorytmów Facebooka i Instagrama  Samodzielnie planuje prowadzenie skutecznych działań marketingowych w mediach społecznościowych	Wyjaśnia zasady działania algorytmu Facebooka i Instagrama.	Test teoretyczny
	Planuje i realizuje działania marketingowe	Test teoretyczny
	Konfiguruje usługę Google Analytics zgodnie z potrzebami firmy dla usług internetowych i aplikacji mobilnych	Test teoretyczny
Posługuje się wiedzą z zakresu fotografii mobilnej	Stosuje aplikacje do edycji zdjęć	Test teoretyczny
	Objaśnia czym jest kompozycja i kadr w Fotografii Mobilnej	Test teoretyczny
	Posługuje się Światłem w Fotografii Mobilnej	Test teoretyczny
Planuje proces implementacji strategii marketingowej	Definiuje zarządzanie zasobami w czasie implementacji	Test teoretyczny
	Stosuje narzędzia monitorowania i kontroli skuteczności działań marketingowych.	Test teoretyczny
Identyfikuje tworzenie konta i profilu firmowego na Facebook	Stosuje zasady tworzenia i korzystania z profilu firmowego na Facebook	Test teoretyczny
	Wykorzystuje transmisję na żywo w strategii marketingowej	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Objaśnia kreowanie kampanii reklamowej na Instagramie	Stosuje kreatywne treści na Instagramie	Test teoretyczny
	Optymalizuje reklamy i analizuje wyniki	Test teoretyczny
Posługuje się wiedzą dotyczącą innych platform SM	Tworzy kanały na YouTube	Test teoretyczny
	Kreuje treści video na YouTube i TikToku	Test teoretyczny
Kreuje wartościowe treści w różnych kanałach SM	Buduje zaangażowanie i lojalności odbiorców	Test teoretyczny

## Kwalifikacje

### Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

#### Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji zawiera opis efektów uczenia się?

Zaświadczenie wydawane dla uczestnika zawiera opis efektów uczenia się.

Pytanie 2. Czy dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji?

Tak

Pytanie 3. Czy dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

Tak

## Program

### Dzień 1 Podstawy i teoretyczne aspekty marketingu

- Wprowadzenie
- Analiza SWOT
  - Wprowadzenie do analizy SWOT: definicja, cel i korzyści.
  - Praktyczne techniki przeprowadzania analizy SWOT.
  - Studia przypadków analizy SWOT w praktyce.
  - Ćwiczenia praktyczne: przeprowadzanie analizy SWOT dla wybranej firmy.

### Dzień 2 Segmentacja, Targeting, Pozycjonowanie (STP)

- Omówienie segmentacji rynku: kryteria i techniki.
- Strategie targetingu: identyfikacja i dotarcie do grup docelowych.
- Pozycjonowanie produktu: różne podejścia i praktyczne wskazówki.

- Analiza przypadków zastosowania STP w marketingu.

### **Dzień 3 Określenie celów marketingowych**

- Definicja celów marketingowych i ich znaczenie.
- Techniki formułowania celów SMART.
- Hierarchia celów marketingowych i ich powiązanie z celami organizacji.
- Praktyczne ćwiczenia: formułowanie celów marketingowych dla różnych scenariuszy.

### **Dzień 4 Strategia marketingowa**

- Wybór strategii marketingowej
  - Przegląd różnych typów strategii marketingowych.
  - Analiza strategii penetracji rynku i rozwoju produktu.
  - Rozważanie strategii rozwoju rynku i dywersyfikacji.
  - Dyskusja na temat wyboru odpowiedniej strategii dla konkretnych sytuacji biznesowych.

### **Dzień 5 Marketing a biznes - trening managerski**

- Świat VUCA - współczesne otoczenie gospodarcze
- Social Media Specialist - kluczowe kompetencje, role i wyzwania.
- Czego biznes oczekuje od marketingu?
- SMS = manager. Trening podstawowych kompetencji managerskich
  - wyznaczenie i realizacja celów
  - planowanie działań
  - kontrola działań
  - zarządzanie sobą w czasie
  - zarządzanie zmianą
- Marka osobista w Social Media i jej rola w budowaniu własnego biznesu
- Mindset w pracy SMM.
- Podsumowanie dnia szkoleniowego.

### **Dzień 6 Social Media marketing - persona / grupa docelowa etc**

- Wprowadzenie do Buyer Person
  - Definicja i znaczenie buyer person w marketingu internetowym.
  - Korzyści wynikające z używania buyer person.
  - Przykłady skutecznego wykorzystania buyer person.
- Tworzenie Buyer Person
  - Badanie rynku i zbieranie danych demograficznych oraz behawioralnych.
  - Techniki analityczne do zrozumienia potrzeb i motywacji klientów.
  - Opracowanie buyer person: persona template, wizualizacja, opis cech charakterystycznych.
- Segregacja i Grupowanie Buyer Person
  - Segmentacja rynku na podstawie buyer person.
  - Wybór najbardziej atrakcyjnych segmentów i buyer person dla firmy.
- Wykorzystywanie Buyer Person w Marketingu Internetowym
  - Personalizacja treści i komunikacji marketingowej.
  - Dopasowanie kanałów i sposobów komunikacji do potrzeb buyer person.
  - Monitorowanie i analiza efektywności działań z uwzględnieniem danych z buyer person.
  - Zakończenie, podsumowanie i dyskusja.

### **Dzień 7 Fotografia mobilna**

#### Podstawy Fotografii Mobilnej

- Wprowadzenie do Fotografii Mobilnej
- Kompozycja i Kadr w Fotografii Mobilnej
- Zrozumienie Światła w Fotografii Mobilnej
- Fotografowanie w Praktyce
- Podsumowanie Dnia i Przygotowanie do Drugiego Dnia

### **Dzień 8 Fotografia mobilna**

#### Zaawansowane Techniki Fotografii Mobilnej

- Edycja Zdjęć na Telefonie Komórkowym
- Fotografia Portretowa i Selfie
- Kreatywne Efekty i Praktyka na Zewnątrz
- Korzystanie z aplikacji do edycji.
- Praktyczne retusze.
- Techniki fotografii portretowej.
- Sztuka robienia udanych selfie.
- Podsumowanie Prac i Wymiana Doświadczeń
- Zakończenie, Pytania i Wręczenie Certyfikatów

### **Dzień 9 Facebook**

- Wprowadzenie do Facebooka
  - Historia i znaczenie Facebooka w marketingu.
  - Tworzenie konta i profilu firmowego.
  - Podstawowe funkcje Facebooka: publikowanie postów, zarządzanie stroną, interakcja z użytkownikami.
- Reklamy na Facebooku
  - Podstawy reklamowania na Facebooku.
  - Kreowanie kampanii reklamowej.
  - Analiza wyników reklam.
- Facebook Live i Grupy
  - Wykorzystanie transmisji na żywo w strategii marketingowej.
- Warsztaty praktyczne
  - Tworzenie i zarządzanie grupami na Facebooku
  - Praktyczne ćwiczenia z tworzenia postów, zarządzania reklamami i interakcji z użytkownikami.

### **Dzień 10 Instagram**

- Podstawy Instagrama:
  - Rejestracja i ustawienia profilu.
  - Publikowanie postów i stories.
  - Wykorzystanie hashtagów i geolokalizacji.
- Instagram Ads:
  - Kreowanie kampanii reklamowej na Instagramie.
  - Optymalizacja reklam i analiza wyników.
- Instagram Stories i Reels:
  - Tworzenie kreatywnych treści w stories.
  - Wykorzystanie reels w strategii marketingowej.
- Warsztaty praktyczne:
  - Praktyczne ćwiczenia z publikowania postów, stories i tworzenia reklam na Instagramie.

### **Dzień 11 Inne platformy SM**

- YouTube dla marketerów:
  - Tworzenie kanału na YouTube.
  - Kreowanie treści wideo i optymalizacja SEO.
- Reklamy na YouTube:
  - Kreowanie kampanii reklamowej na YouTube.
  - Analiza wyników reklam wideo.
- TikTok dla marketerów:
  - Wprowadzenie do TikToka i jego roli w marketingu.
  - Kreowanie kreatywnych treści na TikToka.
- Warsztaty praktyczne:
  - Praktyczne ćwiczenia z tworzenia treści wideo na YouTube i TikToku oraz kreowania reklam na tych platformach.

### **Dzień 12 Marka osobista**

- Budowanie marki osobistej w Social Media
  - Tworzenie strategii marki osobistej:

- Definiowanie celów i wartości marki osobistej.
- Budowanie spójnej obecności na różnych platformach.
- Kreowanie wartościowej treści:
  - Strategie tworzenia treści na social media.
  - Budowanie zaangażowania i lojalności odbiorców.
- Budowanie relacji z audiencją:
  - Interakcja z użytkownikami i budowanie zaufania.
  - Zarządzanie reputacją online.
- Warsztaty praktyczne:
  - Praktyczne ćwiczenia z budowania marki osobistej, tworzenia wartościowej treści i interakcji z użytkownikami na różnych platformach social media.

### Dzień 13. Implementacja i kontrola

- Planowanie procesu implementacji strategii marketingowej.
- Zarządzanie zasobami w czasie implementacji.
- Narzędzia monitorowania i kontroli skuteczności działań marketingowych.
- Studia przypadków skutecznej implementacji strategii marketingowej.

### Dzień 14.

- Podsumowanie szkolenia
- Egzamin i certyfikacja

Zajęcia prowadzone w ramach szkolenia będą realizowane metodami interaktywnymi i aktywizującymi jako metody umożliwiające uczenie się w oparciu o doświadczenie pozwalające uczestnikom na ćwiczenie umiejętności. Szkolenie składa się z części zarówno teoretycznej jak i praktycznej oraz case study.

## Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 82

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 82 Analiza SWOT - część teoretyczna	Tomasz Borczyk	28-09-2024	09:00	13:00	04:00
2 z 82 Przerwa	Tomasz Borczyk	28-09-2024	13:00	13:30	00:30
3 z 82 Ćwiczenia praktyczne: przeprowadzanie analizy SWOT dla wybranej firmy.	Tomasz Borczyk	28-09-2024	13:30	17:00	03:30
4 z 82 Segmentacja, Targeting, Pozycjonowanie (STP) cz. I	Tomasz Borczyk	29-09-2024	09:00	13:00	04:00
5 z 82 Przerwa	Tomasz Borczyk	29-09-2024	13:00	13:30	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>6 z 82</b> Segmentacja, Targeting, Pozycjonowanie (STP) cz. II	Tomasz Borczyk	29-09-2024	13:30	17:00	03:30
<b>7 z 82</b> Definicja celów marketingowych i ich znaczenie.	Tomasz Borczyk	05-10-2024	09:00	11:00	02:00
<b>8 z 82</b> Przerwa	Tomasz Borczyk	05-10-2024	11:00	11:15	00:15
<b>9 z 82</b> Techniki formułowania celów SMART.	Tomasz Borczyk	05-10-2024	11:15	13:15	02:00
<b>10 z 82</b> Przerwa	Tomasz Borczyk	05-10-2024	13:15	14:00	00:45
<b>11 z 82</b> Hierarchia celów marketingowych i ich powiązanie z celami organizacji.	Tomasz Borczyk	05-10-2024	14:00	15:30	01:30
<b>12 z 82</b> Przerwa	Tomasz Borczyk	05-10-2024	15:30	15:45	00:15
<b>13 z 82</b> Praktyczne ćwiczenia: formułowanie celów marketingowych dla różnych scenariuszy	Tomasz Borczyk	05-10-2024	15:45	17:00	01:15
<b>14 z 82</b> Marketing a biznes - trening managerski - cz. I	Mateusz Stypułkowski	06-10-2024	09:00	13:00	04:00
<b>15 z 82</b> Przerwa	Mateusz Stypułkowski	06-10-2024	13:00	13:30	00:30
<b>16 z 82</b> Marketing a biznes - trening managerski - cz. II	Mateusz Stypułkowski	06-10-2024	13:30	17:00	03:30



Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>17 z 82</b> Wybór strategii marketingowej Przegląd różnych typów strategii marketingowych. Analiza strategii penetracji rynku i rozwoju produktu.	Tomasz Borczyk	12-10-2024	09:00	13:00	04:00
<b>18 z 82</b> Przerwa	Tomasz Borczyk	12-10-2024	13:00	13:45	00:45
<b>19 z 82</b> Rozważanie strategii rozwoju rynku i dywersyfikacji.	Tomasz Borczyk	12-10-2024	13:45	15:15	01:30
<b>20 z 82</b> Przerwa	Tomasz Borczyk	12-10-2024	15:15	15:30	00:15
<b>21 z 82</b> Dyskusja na temat wyboru odpowiedniej strategii dla konkretnych sytuacji biznesowych.	Tomasz Borczyk	12-10-2024	15:30	17:00	01:30
<b>22 z 82</b> Social Media marketing -Wprowadzenie do Buyer Person	Tomasz Borczyk	13-10-2024	09:00	11:00	02:00
<b>23 z 82</b> Przerwa	Tomasz Borczyk	13-10-2024	11:00	11:15	00:15
<b>24 z 82</b> Tworzenie Buyer Person	Tomasz Borczyk	13-10-2024	11:15	13:15	02:00
<b>25 z 82</b> Przerwa	Tomasz Borczyk	13-10-2024	13:15	14:00	00:45
<b>26 z 82</b> Segregacja i Grupowanie Buyer Person	Tomasz Borczyk	13-10-2024	14:00	15:15	01:15
<b>27 z 82</b> Przerwa	Tomasz Borczyk	13-10-2024	15:15	15:30	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>28 z 82</b> Wykorzystywanie Buyer Person w Marketingu Internetowym	Tomasz Borczyk	13-10-2024	15:30	17:00	01:30
<b>29 z 82</b> Wprowadzenie do Fotografii Mobilnej	Kamila Józefowicz	19-10-2024	09:00	10:30	01:30
<b>30 z 82</b> Przerwa	Kamila Józefowicz	19-10-2024	10:30	10:45	00:15
<b>31 z 82</b> Kompozycja i Kadr w Fotografii Mobilnej	Kamila Józefowicz	19-10-2024	10:45	12:15	01:30
<b>32 z 82</b> Przerwa	Kamila Józefowicz	19-10-2024	12:15	12:30	00:15
<b>33 z 82</b> Zrozumienie Światła w Fotografii Mobilnej	Kamila Józefowicz	19-10-2024	12:30	13:15	00:45
<b>34 z 82</b> Przerwa	Kamila Józefowicz	19-10-2024	13:15	14:00	00:45
<b>35 z 82</b> Fotografowanie w Praktyce	Kamila Józefowicz	19-10-2024	14:00	15:00	01:00
<b>36 z 82</b> Przerwa	Kamila Józefowicz	19-10-2024	15:00	15:15	00:15
<b>37 z 82</b> Podsumowanie Dnia i Przygotowanie do Drugiego Dnia	Kamila Józefowicz	19-10-2024	15:15	17:00	01:45
<b>38 z 82</b> Edycja Zdjęć na Telefonie Komórkowym	Kamila Józefowicz	20-10-2024	09:00	10:30	01:30
<b>39 z 82</b> Przerwa	Kamila Józefowicz	20-10-2024	10:30	10:45	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
40 z 82 Fotografia Portretowa i Selfie	Kamila Józefowicz	20-10-2024	10:45	12:00	01:15
41 z 82 Przerwa	Kamila Józefowicz	20-10-2024	12:00	12:15	00:15
42 z 82 Kreatywne Efekty i Praktyka na Zewnątrz	Kamila Józefowicz	20-10-2024	12:15	13:15	01:00
43 z 82 Przerwa	Kamila Józefowicz	20-10-2024	13:15	14:00	00:45
44 z 82 Edycja Zdjęć i Przygotowanie Portfolio	Kamila Józefowicz	20-10-2024	14:00	15:00	01:00
45 z 82 Przerwa	Kamila Józefowicz	20-10-2024	15:00	15:15	00:15
46 z 82 Podsumowanie Prac i Wymiana Doświadczeń	Kamila Józefowicz	20-10-2024	15:15	16:00	00:45
47 z 82 Przerwa	Kamila Józefowicz	20-10-2024	16:00	16:15	00:15
48 z 82 Zakończenie, Pytania i Wręczenie Certyfikatów	Kamila Józefowicz	20-10-2024	16:15	17:00	00:45
49 z 82 Facebook cz. I - Wprowadzenie do Facebooka Ilona	Ilona Bałuska	26-10-2024	09:00	10:30	01:30
50 z 82 Przerwa	Ilona Bałuska	26-10-2024	10:30	10:45	00:15
51 z 82 Facebook cz. II - Reklamy na Facebooku	Ilona Bałuska	26-10-2024	10:45	12:00	01:15
52 z 82 Przerwa	Ilona Bałuska	26-10-2024	12:00	13:00	01:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
53 z 82 Facebook cz. III - Facebook Live i Grupy	Ilona Bałuska	26-10-2024	13:00	14:30	01:30
54 z 82 Przerwa	Ilona Bałuska	26-10-2024	14:30	14:45	00:15
55 z 82 Warsztaty praktyczne	Ilona Bałuska	26-10-2024	14:45	17:00	02:15
56 z 82 Instagram cz. I - Podstawy Instagrama	Ilona Bałuska	27-10-2024	09:00	10:30	01:30
57 z 82 Przerwa	Ilona Bałuska	27-10-2024	10:30	10:45	00:15
58 z 82 Instagram cz. II - Instagram Ads	Ilona Bałuska	27-10-2024	10:45	12:00	01:15
59 z 82 Przerwa	Ilona Bałuska	27-10-2024	12:00	13:00	01:00
60 z 82 Instagram Stories i Reels	Ilona Bałuska	27-10-2024	13:00	14:30	01:30
61 z 82 Przerwa	Ilona Bałuska	27-10-2024	14:30	14:45	00:15
62 z 82 Warsztaty praktyczne	Ilona Bałuska	27-10-2024	14:45	17:00	02:15
63 z 82 Inne platformy SM cz. I - YouTube dla marketerów	Ilona Bałuska	09-11-2024	09:00	10:30	01:30
64 z 82 Przerwa	Ilona Bałuska	09-11-2024	10:30	10:45	00:15
65 z 82 Inne platformy SM cz. II - Reklamy na YouTube	Ilona Bałuska	09-11-2024	10:45	12:00	01:15
66 z 82 Przerwa	Ilona Bałuska	09-11-2024	12:00	13:00	01:00
67 z 82 TikTok dla marketerów	Ilona Bałuska	09-11-2024	13:00	14:30	01:30
68 z 82 Przerwa	Ilona Bałuska	09-11-2024	14:30	14:45	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>69 z 82</b> Warsztaty praktyczne	Ilona Bałuska	09-11-2024	14:45	17:00	02:15
<b>70 z 82</b> Marka osobista cz. I - Tworzenie strategii marki osobistej	Ilona Bałuska	10-11-2024	09:00	10:30	01:30
<b>71 z 82</b> Przerwa	Ilona Bałuska	10-11-2024	10:30	10:45	00:15
<b>72 z 82</b> Marka osobista cz. II - Kreowanie wartościowej treści	Ilona Bałuska	10-11-2024	10:45	12:00	01:15
<b>73 z 82</b> Przerwa	Ilona Bałuska	10-11-2024	12:00	13:00	01:00
<b>74 z 82</b> Budowanie relacji z audiencją	Ilona Bałuska	10-11-2024	13:00	14:30	01:30
<b>75 z 82</b> Przerwa	Ilona Bałuska	10-11-2024	14:30	14:45	00:15
<b>76 z 82</b> Warsztaty praktyczne	Ilona Bałuska	10-11-2024	14:45	17:00	02:15
<b>77 z 82</b> Implementacja i kontrola • Planowanie procesu implementacji strategii marketingowej • Zarządzanie zasobami w czasie implementacji	Tomasz Borczyk	16-11-2024	09:00	13:00	04:00
<b>78 z 82</b> Przerwa	Tomasz Borczyk	16-11-2024	13:00	13:30	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
79 z 82 Narzędzia monitorowania i kontroli skuteczności działań marketingowych. • Studia przypadków skutecznej implementacji strategii marketingowej	Tomasz Borczyk	16-11-2024	13:30	17:00	03:30
80 z 82 Podsumowanie	Tomasz Borczyk	17-11-2024	09:00	11:30	02:30
81 z 82 Przerwa	Tomasz Borczyk	17-11-2024	11:30	11:45	00:15
82 z 82 Walidacja	-	17-11-2024	11:45	13:00	01:15

## Cennik

### Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	10 800,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	10 800,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	100,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	100,00 PLN

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 4



1 z 4

### Tomasz Borczyk

Specjalista ds. marketingu, doradca biznesowym oraz konsultant z pięcioletnim doświadczeniem w branży. Pracę zaczynał od prowadzenia profili społecznościowych dla różnych firm, a obecnie skupia się głównie na prowadzeniu działań reklamowych na platformach Facebook, Instagram oraz Google. Umiejętności i wiedza pozwalają mu na skuteczne projektowanie strategii marketingowych,

optymalizację kampanii reklamowych oraz analizę wyników, co przekłada się na wzrost sprzedaży oraz zadowolenie klientów.



2 z 4

### Ilona Bałuska

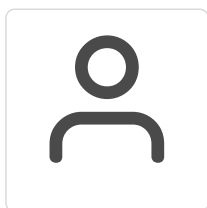
Obszar specjalizacji: Obsługa i prowadzenie kanałów Social Media w szczególności: Facebook oraz Instagram. Prowadzenie kampanii marketingowych online. Budowanie wizerunku oraz świadomości marki. Doświadczenie zawodowe: Właścicielka oraz założycielka Agencji Marketingowej – Redbone zajmującej się kompleksową obsługą firm oraz indywidualnych podmiotów m.in. poprzez branding, projektowanie stron i sklepów internetowych, organizowanie sesji zdjęciowych wizerunkowych oraz produktowych, udzielanie konsultacji z zakresu budowania świadomości marki online. Od dwóch lat związana głównie z marketingiem pomaga swoim klientom „zaistnieć w sieci” oraz poprawić efektywność sprzedażową m.in. poprzez konsultacje, ustalanie planu publikacji na kanałach Social Media, ustalenie odpowiedniego języka komunikacji. Nadzoruje i wdraża kampanie marketingowe i sprzedażowe. Doświadczenie zawodowe: Uczestniczka licznych szkoleń, wykładów oraz warsztatów z zakresu budowania wizerunku online oraz Social Media. Prowadzi również konsultacje i warsztaty z fotografii mobilnej oraz zagadnień związanych z budowaniem wizerunku online. Wykształcenie: wyższe kierunkowe. Absolwentka Uniwersytetu Łódzkiego.



3 z 4

### Kamila Józefowicz

Fotografią zajmuje się od 14 lat. Swoje doświadczenie zdobywałam w Warszawskiej Szkole Fotografii, gdzie miałam przyjemność uczyć się pod kierunkiem wybitnego M. Schmidta, cenionego przedstawiciela nurtu reportażowej fotografii humanistycznej. W 2010r. otworzyłam studio, w którym praktykowałam umiejętność wglądu w głębokie znaczenie kadru oraz analizy kontekstu, co wzbogaciło moje podejście do fotografii jako formy wyrazu artystycznego i środka komunikacji. Specjalizuję się w fotografii portretowej, biznesowej i komercyjnej. Moja praca skupia się na tworzeniu wysokiej jakości portretów, które nie tylko pokazują zewnętrzny wygląd, ale także oddają profesjonalizm, pewność siebie i autentyczność moich klientów. Moje zdjęcia są wykorzystywane w materiałach marketingowych, na stronach internetowych, w publikacjach prasowych i innych mediach, aby budować wizerunek marki i kreować pozytywne relacje z klientami.



4 z 4

### Mateusz Stypułkowski

Obszar specjalizacji: Zarządzanie organizacją w tym (konceptje i modele zarządzania), zarządzanie projektami, osobista efektywność, przywództwo, filozofia kaizen, koncepcja Agile, sprzedaż b2B, marketing. Doświadczenie zawodowe: Doradca biznesowy, trener, konsultant, przedsiębiorca, prowadzący firmy zatrudniające blisko 100 osób. Manager z wieloletnim doświadczeniem w pracy zarówno w korporacji jak i w lokalnym biznesie. Twórca autorskiego podcastu o tematyce biznesowo sportowej. Doświadczenie w świadczeniu tego typu usług: Szkoleniowiec z wieloletnim doświadczeniem, trener umiejętności miękkich i twardych kompetencji biznesowych. Przeprowadził kilkanaście projektów doradczych dla firm w sytuacjach kryzysowych, gdzie potrzebna była restrukturyzacja organizacji lub transfer online. Wykształcenie: Wyższe – kierunkowe. Uczestnik szkoleń i treningów z zakresu zarządzania, budowania marki osobistej skutecznego marketingu i sprzedaży. Absolwent Uniwersytetu Łódzkiego. Uczestnik wielu szkoleń, konferencji, kongresów biznesowych.

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Szkolenie prowadzone na podstawie prezentacji trenera. Uczestnik otrzymuje:

- szablon analizy marketingowej SWOT
- szablon techniki SMART
- prezentacja trenera

## Warunki uczestnictwa

Warunkiem ukończenia usługi jest obecność na minimum 80% ilości przewidzianych godzin zajęciowych.

Walidacja efektów uczenia się uczestników usługi odbędzie się za pośrednictwem zestawu pytań testowych, zaprojektowanych przez osobę walidującą.

Na zakończenie szkolenia uczestnicy otrzymają od trenera prowadzącego usługę test. Po zakończeniu udziału odpowiedzi przez uczestników trener zbierze arkusze testowe, a następnie przekaże je osobie walidującej.

Trener nie będzie ingerować w jakiegokolwiek formie w ocenę wyników testu ani w proces jego wypełniania.

Osoba walidująca dokona oceny i weryfikacji efektów uczenia się uczestników, następnie przekaże efekty walidacji.

## Adres

ul. Wólczańska 19  
90-731 Łódź  
woj. łódzkie

WonderLand Studio, ul. Wólczańska 19.

## Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja

## Kontakt



**Aleksandra Szadkowska**

**E-mail** [aleksandra.sz@business-land.pl](mailto:aleksandra.sz@business-land.pl)

**Telefon** (+48) 730 002 501