



FUNDACJA PTA



Social Media Specialist

Numer usługi 2024/04/04/48579/2113470

📍 Toruń / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 80 h

📅 07.09.2024 do 06.10.2024

6 400,00 PLN brutto

6 400,00 PLN netto

80,00 PLN brutto/h

80,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Identyfikator projektu	Kierunek - Rozwój
Sposób dofinansowania	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Grupa docelowa usługi to: <ul style="list-style-type: none">osoby fizyczne, osoby dorosłe, które ukończyły 18 rok życiaosoby, które uczą się, pracują lub zamieszkują terytorium wskazane w regulaminie projektu, do którego aplikuje Uczestnikosoby chcące z własnej inicjatywy podnieść/uzupełnić swoje umiejętności, kompetencje lub kwalifikacje
Minimalna liczba uczestników	10
Maksymalna liczba uczestników	30
Data zakończenia rekrutacji	06-09-2024
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	80
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	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 metod 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 współpracę 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 marketingowe	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 i strategia marketingowa

- 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.
- 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 4 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 5 Social Media marketing - persona / grupa docelowa etc

- Wprowadzenie do Buyer Persony
 - 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 6 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 7 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 8 Facebook i Instagram

- 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.
- 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 9 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 10 Marka osobista. Implementacja i kontrola

- 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.
- Planowanie procesu implementacji strategii marketingowej.
- Zarządzanie zasobami w czasie implementacji.
- Narzędzia monitorowania i kontroli skuteczności działań marketingowych.
- Podsumowanie szkolenia
- Egzamin i certyfikacja

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 85

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 85 Podstawy i teoretyczne aspekty marketingu	Tomasz Borczyk	07-09-2024	08:00	09:00	01:00
2 z 85 Analiza SWOT	Tomasz Borczyk	07-09-2024	09:00	10:00	01:00
3 z 85 Przerwa	Tomasz Borczyk	07-09-2024	10:00	10:30	00:30
4 z 85 Wprowadzenie do analizy SWOT: definicja, cel i korzyści. Praktyczne techniki przeprowadzania analizy SWOT.	Tomasz Borczyk	07-09-2024	10:30	12:30	02:00
5 z 85 Przerwa	Tomasz Borczyk	07-09-2024	12:30	13:30	01:00
6 z 85 Studia przypadków analizy SWOT w praktyce.	Tomasz Borczyk	07-09-2024	13:30	14:30	01:00
7 z 85 Przerwa	Tomasz Borczyk	07-09-2024	14:30	15:00	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
8 z 85 Ćwiczenia praktyczne: przeprowadzanie analizy SWOT dla wybranej firmy.	Tomasz Borczyk	07-09-2024	15:00	16:00	01:00
9 z 85 Segmentacja, Targeting, Pozycjonowanie (STP)	Tomasz Borczyk	08-09-2024	08:00	09:00	01:00
10 z 85 Omówienie segmentacji rynku: kryteria i techniki.	Tomasz Borczyk	08-09-2024	09:00	10:00	01:00
11 z 85 Przerwa	Tomasz Borczyk	08-09-2024	10:00	10:30	00:30
12 z 85 Strategie targetingu: identyfikacja i dotarcie do grup docelowych.	Tomasz Borczyk	08-09-2024	10:30	12:30	02:00
13 z 85 Przerwa	Tomasz Borczyk	08-09-2024	12:30	13:30	01:00
14 z 85 Pozycjonowanie produktu: różne podejścia i praktyczne wskazówki.	Tomasz Borczyk	08-09-2024	13:30	14:30	01:00
15 z 85 Przerwa	Tomasz Borczyk	08-09-2024	14:30	15:00	00:30
16 z 85 Analiza przypadków zastosowania STP w marketingu.	Tomasz Borczyk	08-09-2024	15:00	16:00	01:00
17 z 85 Określenie celów marketingowych i strategia marketingowa	Tomasz Borczyk	14-09-2024	08:00	09:00	01:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
18 z 85 Definicja celów marketingowych i ich znaczenie.	Tomasz Borczyk	14-09-2024	09:00	10:00	01:00
19 z 85 Przerwa	Tomasz Borczyk	14-09-2024	10:00	10:30	00:30
20 z 85 Techniki formułowania celów SMART. Hierarchia celów marketingowych i ich powiązanie z celami organizacji.	Tomasz Borczyk	14-09-2024	10:30	12:30	02:00
21 z 85 Przerwa	Tomasz Borczyk	14-09-2024	12:30	13:30	01:00
22 z 85 Praktyczne ćwiczenia: formułowanie celów marketingowych dla różnych scenariuszy.	Tomasz Borczyk	14-09-2024	13:30	14:00	00:30
23 z 85 Przerwa	Tomasz Borczyk	14-09-2024	14:00	14:30	00:30
24 z 85 Wybór strategii marketingowej	Tomasz Borczyk	14-09-2024	14:30	16:00	01:30
25 z 85 Marketing a biznes - trening managerski	Mateusz Stypułkowski	15-09-2024	08:00	09:00	01:00
26 z 85 Świat VUCA - współczesne otoczenie gospodarcze. Social Media Specialist - kluczowe kompetencje, role i wyzwania.	Mateusz Stypułkowski	15-09-2024	09:00	10:30	01:30
27 z 85 Przerwa	Mateusz Stypułkowski	15-09-2024	10:30	11:00	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
28 z 85 Czego biznes oczekuje od marketingu? SMS = manager. Trening podstawowych kompetencji managerskich wyznaczenie i realizacja celów	Mateusz Stypułkowski	15-09-2024	11:00	12:30	01:30
29 z 85 Przerwa	Mateusz Stypułkowski	15-09-2024	12:30	13:30	01:00
30 z 85 Marka osobista w Social Media i jej rola w budowaniu własnego biznesu	Mateusz Stypułkowski	15-09-2024	13:30	14:30	01:00
31 z 85 Przerwa	Mateusz Stypułkowski	15-09-2024	14:30	15:00	00:30
32 z 85 Mindset w pracy SMS	Mateusz Stypułkowski	15-09-2024	15:00	16:00	01:00
33 z 85 Social Media marketing - persona / grupa docelowa	Tomasz Borczyk	21-09-2024	08:00	09:00	01:00
34 z 85 Wprowadzenie do Buyer Persony	Tomasz Borczyk	21-09-2024	09:00	10:30	01:30
35 z 85 Przerwa	Tomasz Borczyk	21-09-2024	10:30	11:00	00:30
36 z 85 Tworzenie Buyer Person	Tomasz Borczyk	21-09-2024	11:00	12:30	01:30
37 z 85 Przerwa	Tomasz Borczyk	21-09-2024	12:30	13:30	01:00
38 z 85 Segregacja i Grupowanie Buyer Person	Tomasz Borczyk	21-09-2024	13:30	14:30	01:00
39 z 85 Przerwa	Tomasz Borczyk	21-09-2024	14:30	15:00	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
40 z 85 Wykorzystywanie Buyer Person w Marketingu Internetowym	Tomasz Borczyk	21-09-2024	15:00	16:00	01:00
41 z 85 Podstawy Fotografii Mobilnej	Kamila Józefowicz	22-09-2024	08:00	09:00	01:00
42 z 85 Kompozycja i Kadr w Fotografii Mobilnej	Kamila Józefowicz	22-09-2024	09:00	10:30	01:30
43 z 85 Przerwa	Kamila Józefowicz	22-09-2024	10:30	11:00	00:30
44 z 85 Zrozumienie Światła w Fotografii Mobilnej	Kamila Józefowicz	22-09-2024	11:00	12:30	01:30
45 z 85 Przerwa	Kamila Józefowicz	22-09-2024	12:30	13:30	01:00
46 z 85 Fotografowanie w Praktyce	Kamila Józefowicz	22-09-2024	13:30	14:30	01:00
47 z 85 Przerwa	Kamila Józefowicz	22-09-2024	14:30	15:00	00:30
48 z 85 Warsztat praktyczny z fotografii	Kamila Józefowicz	22-09-2024	15:00	16:00	01:00
49 z 85 Zaawansowane Techniki Fotografii Mobilnej	Kamila Józefowicz	28-09-2024	08:00	09:00	01:00
50 z 85 Edycja Zdjęć na Telefonie Komórkowym	Kamila Józefowicz	28-09-2024	09:00	10:30	01:30
51 z 85 Przerwa	Kamila Józefowicz	28-09-2024	10:30	11:00	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
52 z 85 Fotografia Portretowa i Selfie Kreatywne. Efekty i Praktyka na Zewnątrz	Kamila Józefowicz	28-09-2024	11:00	12:30	01:30
53 z 85 Przerwa	Kamila Józefowicz	28-09-2024	12:30	13:30	01:00
54 z 85 Korzystanie z aplikacji do edycji. Praktyczne retusze.	Kamila Józefowicz	28-09-2024	13:30	14:30	01:00
55 z 85 Przerwa	Kamila Józefowicz	28-09-2024	14:30	15:00	00:30
56 z 85 Techniki fotografii portretowej. Sztuka robienia udanych selfie.	Kamila Józefowicz	28-09-2024	15:00	16:00	01:00
57 z 85 Wprowadzenie do Facebooka	Ilona Bałuska	29-09-2024	08:00	09:00	01:00
58 z 85 Reklamy na Facebooku	Ilona Bałuska	29-09-2024	09:00	10:00	01:00
59 z 85 Przerwa	Ilona Bałuska	29-09-2024	10:00	10:30	00:30
60 z 85 Facebook Live i Grupy. Warsztaty praktyczne	Ilona Bałuska	29-09-2024	10:30	12:30	02:00
61 z 85 Przerwa	Ilona Bałuska	29-09-2024	12:30	13:30	01:00
62 z 85 Podstawy Instagrama	Ilona Bałuska	29-09-2024	13:30	14:00	00:30
63 z 85 Instagram Ads	Ilona Bałuska	29-09-2024	14:00	14:30	00:30
64 z 85 Przerwa	Ilona Bałuska	29-09-2024	14:30	15:00	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
65 z 85 Instagram Stories i Reels	Ilona Bałuska	29-09-2024	15:00	15:30	00:30
66 z 85 Warsztaty praktyczne	Ilona Bałuska	29-09-2024	15:30	16:00	00:30
67 z 85 Inne platformy SM	Ilona Bałuska	05-10-2024	08:00	09:00	01:00
68 z 85 YouTube dla marketerów	Ilona Bałuska	05-10-2024	09:00	10:00	01:00
69 z 85 Przerwa	Ilona Bałuska	05-10-2024	10:00	10:30	00:30
70 z 85 Reklamy na YouTube	Ilona Bałuska	05-10-2024	10:30	11:30	01:00
71 z 85 TikTok dla marketerów	Ilona Bałuska	05-10-2024	11:30	12:30	01:00
72 z 85 Przerwa	Ilona Bałuska	05-10-2024	12:30	13:30	01:00
73 z 85 Warsztaty praktyczne z dwóch dni platform SM	Ilona Bałuska	05-10-2024	13:30	14:30	01:00
74 z 85 Przerwa	Ilona Bałuska	05-10-2024	14:30	15:00	00:30
75 z 85 Praktyczne ćwiczenia z tworzenia treści wideo na YouTube i TikToku oraz kreowania reklam na tych platformach.	Ilona Bałuska	05-10-2024	15:00	16:00	01:00
76 z 85 Praktyczne ćwiczenia z tworzenia treści wideo na YouTube i TikToku oraz kreowania reklam na tych platformach.	Ilona Bałuska	06-10-2024	08:00	09:00	01:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
77 z 85 Budowanie marki osobistej w Social Media	Ilona Bałuska	06-10-2024	09:00	10:00	01:00
78 z 85 Przerwa	Ilona Bałuska	06-10-2024	10:00	10:30	00:30
79 z 85 Kreowanie wartościowej treści	Ilona Bałuska	06-10-2024	10:30	11:30	01:00
80 z 85 Budowanie relacji z audiencją	Ilona Bałuska	06-10-2024	11:30	12:30	01:00
81 z 85 Przerwa	Ilona Bałuska	06-10-2024	12:30	13:30	01:00
82 z 85 Praktyczne ćwiczenia z budowania marki osobistej, tworzenia wartościowej treści i interakcji z użytkownikami na różnych platformach social media.	Ilona Bałuska	06-10-2024	13:30	14:30	01:00
83 z 85 Przerwa	Ilona Bałuska	06-10-2024	14:30	15:00	00:30
84 z 85 Podsumowanie szkolenia	Ilona Bałuska	06-10-2024	15:00	15:15	00:15
85 z 85 Walidacja	-	06-10-2024	15:15	16:00	00:45

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	6 400,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	6 400,00 PLN

Koszt osobogodziny brutto

80,00 PLN

Koszt osobogodziny netto

80,00 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.

Adres

ul. Żółkiewskiego 8
87-100 Toruń
woj. kujawsko-pomorskie

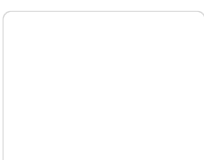
Bella Line Wellness Centrum, Stanisława Żółkiewskiego 8, 87-100 Toruń

Miejsce szkolenia może ulec zmianie przed rozpoczęciem usługi szkoleniowej. Zmiana miejsca prowadzenia usługi zostanie wprowadzona do karty usługi maksymalnie 3 dni przed jej rozpoczęciem.

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Aleksandra Szadkowska

E-mail aleksandra.sz@business-land.pl



Telefon (+48) 730 002 501