



DIGITAL BRAND  
MAGDALENA  
GŁOMSKA



## Szkolenie Facebook, Instagram/Threads oraz TikTok w Biznesie z elementami Canvy. Sztuczna inteligencja AI. Rolki. System reklamowy Meta Advance-program rozszerzony 4 dni.

Numer usługi 2024/06/17/118911/2186110

📍 Gdańsk / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 32 h

📅 16.09.2024 do 19.09.2024

4 800,00 PLN brutto

4 800,00 PLN netto

150,00 PLN brutto/h

150,00 PLN netto/h

## Informacje podstawowe

<b>Kategoria</b>	Biznes / Marketing
<b>Sposób dofinansowania</b>	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
<b>Grupa docelowa usługi</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>Jednoosobowych działalności gospodarczych</li><li>Przedsiębiorstw, korporacji i dużych firm - prezesów i właścicieli</li><li>Osób zarządzających działami - dyrektorów, menedżerów i kierowników</li><li>Zespołów sprzedażowych i marketingowych - projekt managerów</li><li>Wyspecjalizowanych działów w obrębie danej firmy - specjalistów ds. marketingu, PR, e-commerce</li></ul>
<b>Minimalna liczba uczestników</b>	1
<b>Maksymalna liczba uczestników</b>	3
<b>Data zakończenia rekrutacji</b>	13-09-2024
<b>Forma prowadzenia usługi</b>	stacjonarna
<b>Liczba godzin usługi</b>	32
<b>Podstawa uzyskania wpisu do BUR</b>	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

## Cel

### Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje do samodzielnego budowania wizerunku marki oraz zwiększania sprzedaży w sieci za pomocą narzędzi marketingowych takich jak Facebook, Instagram.

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

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Wykorzystuje najważniejsze narzędzia na Facebooku i Instagramie w celu dostosowania ich do potrzeb i identyfikacji firmy	Wykorzystuje Narzędzia do planowania i Creatora Studio do planowania postów	Test teoretyczny
	Konfiguruje Business Menedżer Facebooka, Menedżera Reklam, Piksela, Zdarzenia Niestandardowe i wykorzystuje je do zarządzania działaniami marketingowymi w sieci	Test teoretyczny
	Tworzy grupy docelowe dostosowane dla swojej branży	Test teoretyczny
	Tworzy niestandardowe grupy w celach reklamowych	Test teoretyczny
	Definiuje cele reklamowe w Menedżerze reklam i dostosuje je do strategii marketingowej firmy	Test teoretyczny
Wykorzystuje Canwę to tworzenia grafik na potrzeby Social Media	Tworzy prezentacje, ulotki, loga w programie Canva	Test teoretyczny
Stosuje język korzyści w prowadzonej komunikacji w marketingu cyfrowym	Identyfikuje metody i narzędzi angażowania klientów w proces kreowania wartości i personalizacji produktów ( content marketing, język korzyści)	Test teoretyczny
	Identyfikuje właściwe narzędzia marketingu internetowego do odpowiedniej sytuacji rynkowej i przyjętego modelu biznesowego	Test teoretyczny
Charakteryzuje pojęcia nowoczesnego marketingu cyfrowego	Ocenia strategię e-marketingu w firmie	Test teoretyczny
	Charakteryzuje zasady i przykłady skutecznej komunikacji z wykorzystaniem mediów społecznościowych i kampanii internetowych.	Test teoretyczny

# Kwalifikacje

## Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

### Warunki uznania kompetencji

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

Tak, dokument potwierdza 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, dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji

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

tak, dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji

## Program

**Usługa stacjonarna, szkolenie realizowane jest w godzinach dydaktycznych 45 min.**

**Przerwy nie są wliczone w czas trwania usługi**

**Metody pracy: wykłady, dyskusje z uczestnikami, ćwiczenia indywidualne.**

**Aby realizacja usługi pozwoliła osiągnąć cel główny, warunkiem jest zaangażowanie uczestnika w różnorodne formy pracy podczas szkolenia. Szkolenie przeznaczone jest zarówno dla osób początkujących, jak i osób bardziej zaawansowanych.**

**Rekomendacje przed szkoleniem:**

**Ze względu na dużą liczbę bloków warsztatowych, szkolenie przeznaczone jest dla osób, które mają już założone konta na FB/IG lub nastawione są na ich założenie w trakcie szkolenia. Wraz z Trenerem będą starać się wprowadzać wszystkie konfiguracje.**

**Jak się przygotować do szkolenia Facebook, instagram w biznesie, aby było dla Ciebie jeszcze bardziej efektywne?**

**Jeśli masz już konta w social mediach:**

- **Sprawdź czy masz dostęp do profilu firmowego na Facebooku oraz Instagramie (jeżeli możesz mieć to uzyskaj). Przypomnij sobie loginy i hasła.**
- **Wypisz listę produktów bądź usług, które chcesz uwzględnić w promocji oraz najważniejsze aspekty swojej firmy.**
- **Jeżeli nie posiadasz strony firmowej na Facebooku nie martw się- pomożemy Ci ją założyć oraz skonfigurować z Menadżerem reklam.**

### I DZIEŃ

**Przeprowadzenie testu wiedzy (pre-test w ramach walidacji)**

**I Blok - Charakterystyka nowoczesnych narzędzi cyfrowych w budowaniu marketingu mix - teoria**

- Cele krótkoterminowe w budowania strategii e-marketingowej
- Cele długoterminowe w budowie strategii e-marketingowej

**Charakterystyka zasad skutecznej komunikacji z wykorzystaniem mediów społecznościowych -cz. 1 - Facebook**

- Analiza konta na Facebooku - Case study - analiza profilu własnego mocne i słabe strony
- Najważniejsze ustawienia i ukryte, a wartościowe funkcje Fanpage'a.
- Przykłady dobrych profili na Facebooku.
- Jak wyznaczać cele marketingowe dla siebie i zespołu.

- Spójność identyfikacji. Najważniejsze ustawienia Fanpage'a.

## **II Blok - Content marketing – jak pisać by nas czytali, jak zaangażować odbiorców pod postem, komunikacja z odbiorcami i język korzyści.teoria+praktyka**

- Planowanie postów na Facebooku z wykorzystaniem narzędzi Facebooka.
- Jak pisać by nas czytali i zaangażować odbiorców pod postem.
- Komunikacja z odbiorcami i język korzyści - metody pisania aranżujących postów dopasowanych do grupy odbiorczej.
- Ustalenie kim jest Twój odbiorca i czego oczekuje.
- Jakie posty FB i IG wyświetla, a jakich nie.
- Sposoby na zwiększenie organicznego zasięgu.
- Konkursy - jak je legalnie tworzyć, o czy warto pamiętać i jak angażować odbiorców.
- Wydarzenia do czego je jeszcze można wykorzystać?
- Sytuacja kryzysowa - jak sobie z nią poradzić?

## **III Blok - Charakterystyka zasad skutecznej komunikacji z wykorzystaniem mediów społecznościowych przy wykorzystaniu programu Canva - omówienie programu - teoria**

- Podstawy Canvy - omówienie najważniejszych, wybranych funkcji programu przydatnych do tworzenia grafik na SM.
- Najlepsze formaty grafik na FB, Instagrama, LinkedIn i stronę www.
- Najlepsze formaty na reklamę.

## **IV Blok - Praca w programie Canva - forma statyczna i dynamiczna- praktyka**

- Tworzenie podstaw identyfikacji graficznej - logo, infografika, dobór kolorystki i fontów - ćwiczenie
- Tworzenie szablonów graficznych na potrzeby SM - ćwiczenie
- Tworzenie animacji - ćwiczenie
- Dodawanie Call to Action.
- Omówienie dodatkowych elementów graficznych przydatnych w SM

## **II DZIEŃ**

### **I Blok - Narzędzia marketingu internetowego w budowaniu marketingu mix – konfiguracja Business Menedżera - teoria+ praktyka**

- Konfiguracja Business Menedżera

### **II Blok - Business Menedżer – grupy odbiorców (Audience Insights)- teoria+praktyka**

- Analiza i tworzenie grup docelowych.
- Grupowanie zainteresowań.
- Jakie grupy dają najlepsze efekty.
- Najczęstsze błędy w tworzeniu grup.
- Jak docierać do nieaktywnych odbiorców i ich ożywić.

### **III Blok - Menedżer reklam - Konto reklamowe czyli jak pozyskiwać klientów na FB, cele reklamowe -teoria+ praktyka**

- Konfiguracja konta.
- Jak nie zablokować konta reklamowego i czym to grozi – treści zakazane.
- Dlaczego nie przez „Promuj post”?
- Budowa lejka sprzedażowego i planowanie budżetu.
- Jak zamienić zimny ruch na ciepły.
- Analiza dotychczasowych wyników reklam.
- Jakie koszty reklam osiągać? Podstawy strategii marketingowych.

#### **Najważniejsze cele reklam dedykowanych na Facebooka i Instagram.**

- Omówienie celów:
- Jak pozyskać nowych klientów.
- Jak zwiększać zaangażowanie na fanpage.
- Jak zwiększyć liczbę zapytań w Messengerze.
- Jak kierować fanów na stronę internetową.
- Jak badać konwersję z koszyka i zakupów

### **IV Blok - Tworzenie reklam - cz. 1. Teksty i formaty reklamowe praktyka**

Konfiguracja niestandardowych formatów reklam:

- Kolekcja
- Formularz kontaktowy
- Reklamy z materiałem dynamicznym

### III dzień

#### I Blok – Eksperckie Sztuczki Instagrama i Threads - teoria + praktyka

- Przedstawienie Instagrama i Threads: Funkcje, różnice, cele.
- Jak platforma ewoluowała od początków do dzisiaj.
- Analiza profilu.
- Omówienie najważniejszych sekcji.

#### II Blok – Zwiększanie wizerunku na Instagramie - praktyka

- Hashtagi w nich siła.
- Jak zwiększać organicznie zasięgi.
- Pomysły na media plan.
- Triki na Instagramie w podziale na: relacje, posty i rolki
- Cele reklamowe na Instagramie

#### III Blok – Instagram rolki – tworzymy efektowne nagrania bezpośrednio z aplikacji - praktyka

- Trendy muzyczne na Instagramie
- Najważniejsze ustawienia: Filtry, układ, siatka, nakładki i kategorie.
- Opis na rolkach.
- Identyfikacja graficzna na rolkach.
- Szablony na Instagramie.
- Pomysł na własną rolkę – I trik – ćwiczenie
- Aplikacje do tworzenia rolek – omówienie

#### IV blok – Threads- Rozszerzenie aplikacji Instagrama - praktyka

- Dodanie profilu Threads do Instagrama
- Dlaczego Threads
- Jaki Content dodawać na Threads
- Trendy
- Algorytmy
- Threads, a Twitter
- Zależności Threads, a Instagrama

### Dzień IV:

#### BLOK1 - Dlaczego TikTok?-Profil prywatny, firmowy + system reklamowy – teoria-rozmowa na żywo

- Dlaczego TikTok?
- Statystyki na TikToku. Nasza grupa docelowa.
- Optymalne nagrywanie na TikToku.
- Co nagrywać na TikToku? Pomysł na content. Case study .
- Język TikToka. Najważniejsze pojęcia.
- Jak działają Algorytmy na TikToku?

#### Tworzymy profil prywatny i firmowy. Oświetlenie i sprzęt.

- Profil prywatny, a profil biznesowy.
- Sposoby na duże zasięgi. SEO.
- TikTok Tips
- Ciekawostki i porady (PL)
- TikTok i marketing (MG)
- Co się sprawdza, a co nie.
- Dont make ads. Make TikToks.

#### Business TikTok I Ads Manager

- Business TikTok – centrum dowodzenia dla film.
- Ads Manager – konfiguracja konta.

- Piksel TikToka.
- Audiences TikTok.
- Zdarzenia niestandardowe.

#### System reklamowy TikToka - praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia.

- Cele reklamowe TikToka.
- Grupy docelowe TikToka.
- Targetowanie - 4 sposoby.
- TikTok Spark Ads.
- Remarketing w video.

#### Blok II- TikTok rolki - tworzymy efektowne nagrania bezpośrednio z aplikacji – praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia.

- Trendy muzyczne na TikToku
- Najważniejsze ustawienia: Przejścia, tekst, nakładki TikToka.
- Opisy na rolach.
- Opowieść i MV na TikToku

#### Blok III- CapCut – aplikacja do tworzenia rolek - praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia.

- CapCut – podstawowe i nieoczywiste funkcje.
- Praca ze zdjęciami – jak przerobić zdjęcie w animacje.
- Nagrywanie video pod obróbkę – trzy triki.

#### Blok IV- CapCut i VN– zaawansowane funkcje - praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia.

- Dynamizm w rolkach.
- Nagrywanie pod bit.
- Odwrócenie obrazu.
- Wyodrębnianie/dodawanie dźwięku
- Dodawanie Lektora.
- VN – alternatywny program do obróbki zdjęć i filmów.
- Mojo – alternatywny program do relacji i rolek.

#### Przeprowadzenie testu wiedzy (post-test w ramach walidacji)

## Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 26

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 26 Przeprowadzenie testu wiedzy (pre-test w ramach walidacji)	-	16-09-2024	08:30	08:45	00:15
2 z 26   Blok - Charakterystyka nowoczesnych narzędzi cyfrowych w budowaniu marketingu mix - teoria	Magdalena Głomska	16-09-2024	08:45	10:00	01:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
3 z 26 Przerwa 30 min	Magdalena Głomska	16-09-2024	10:00	10:30	00:30
4 z 26 II Blok - Content marketing – jak pisać by nas czytali, jak zaangażować odbiorców pod postem, komunikacja z odbiorcami i język korzyści.teoria+p praktyka	Magdalena Głomska	16-09-2024	10:30	12:00	01:30
5 z 26 Przerwa 15 min	Magdalena Głomska	16-09-2024	12:00	12:15	00:15
6 z 26 III Blok - Charakterystyka zasad skutecznej komunikacji z wykorzystaniem mediów społecznościowych przy wykorzystaniu programu Canva - omówienie programu - teoria	Magdalena Głomska	16-09-2024	12:15	13:45	01:30
7 z 26 IV Blok - Praca w programie Canva - forma statyczna i dynamiczna- praktyka	Magdalena Głomska	16-09-2024	13:45	15:15	01:30
8 z 26 I Blok - Narzędzia marketingu internetowego w budowaniu marketingu mix – konfiguracja Business Menedżera - teoria+ praktyka	Magdalena Głomska	17-09-2024	08:30	10:00	01:30
9 z 26 Przerwa 30 min	Magdalena Głomska	17-09-2024	10:00	10:30	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>10 z 26</b> II Blok - Business Menedżer – grupy odbiorców (Audience Insights) - teoria+ praktyka	Magdalena Głomska	17-09-2024	10:30	12:00	01:30
<b>11 z 26</b> Przerwa 15 min	Magdalena Głomska	17-09-2024	12:00	12:15	00:15
<b>12 z 26</b> III Blok - Menedżer reklam - Konto reklamowe czyli jak pozyskiwać klientów na FB, cele reklamowe - teoria+ praktyka	Magdalena Głomska	17-09-2024	12:15	13:45	01:30
<b>13 z 26</b> IV Blok - Tworzenie reklam - cz. 1. Teksty i formaty reklamowe- teoria+ praktyka	Magdalena Głomska	17-09-2024	13:45	15:15	01:30
<b>14 z 26</b> I Blok – Eksperckie Sztuczki Instagrama i Threads - teoria + praktyka	Magdalena Głomska	18-09-2024	08:30	10:00	01:30
<b>15 z 26</b> Przerwa 30 min	Magdalena Głomska	18-09-2024	10:00	10:30	00:30
<b>16 z 26</b> II Blok – Zwiększanie wizerunku na Instagramie - praktyka	Magdalena Głomska	18-09-2024	10:30	12:00	01:30
<b>17 z 26</b> Przerwa 15 min	Magdalena Głomska	18-09-2024	12:00	12:15	00:15



Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>18 z 26</b> III Blok – Instagram rolki – tworzymy efektowne nagrania bezpośrednio z aplikacji - praktyka	Magdalena Głomska	18-09-2024	12:15	13:45	01:30
<b>19 z 26</b> IV blok – Threads- Rozszerzenie aplikacji Instagrama - praktyka	Magdalena Głomska	18-09-2024	13:45	15:15	01:30
<b>20 z 26</b> BLOK1 - Dlaczego TikTok? -Profil prywatny, firmowy + system reklamowy – teoria	Magdalena Głomska	19-09-2024	08:30	10:00	01:30
<b>21 z 26</b> Przerwa 30 min	Magdalena Głomska	19-09-2024	10:00	10:30	00:30
<b>22 z 26</b> Blok II- TikTok rolki - tworzymy efektowne nagrania bezpośrednio z aplikacji – praktyka	Magdalena Głomska	19-09-2024	10:30	12:00	01:30
<b>23 z 26</b> Przerwa 15 min	Magdalena Głomska	19-09-2024	12:00	12:15	00:15
<b>24 z 26</b> Blok III- CapCut – aplikacja do tworzenia rolek - praktyka	Magdalena Głomska	19-09-2024	12:15	13:45	01:30
<b>25 z 26</b> Blok IV- CapCut i VN– zaawansowane funkcje - praktyka	Magdalena Głomska	19-09-2024	13:45	15:00	01:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<span>26 z 26</span> Przeprowadzenie testu wiedzy (post-test w ramach walidacji)	Magdalena Głomska	19-09-2024	15:00	15:15	00:15

## Cennik

### Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	4 800,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	4 800,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	150,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	150,00 PLN

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

### Magdalena Głomska

Magdalena Głomska posiada wykształcenie wyższe magisterskie. Jest absolwentką Politechniki Gdańskiej. Ukończyła wydział Zarządzania i Marketingu. Korzenie jej doświadczenia wywodzą się z dziedziny sprzedaży, z którą związana jest zawodowo od ponad 17 lat. Marketingiem internetowym zajmuje się od 2010 roku. Przez 15 lat pracowała na stanowiskach managerskich zarządzając działem marketingu i sprzedaży oraz wdrażając strategię w firmie będącej dystrybutorem międzynarodowych marek.

Od 4 lat jest właścicielem firmy i dyrektorem zarządzającym Agencji Doradztwa Marketingowego „Digital Brand”, którą założyła bazując na własnym, praktycznym doświadczeniu marketingowo-sprzedażowym. Współpracuje z klientami różnych branż z całej Polski wspierając ich w potrzebnych dla nich obszarach sprzedażowo-marketingowych. Pisze strategię marketingowe oraz wdraża wraz z zespołem jej narzędzia pomagając w przejściu transformacji cyfrowej. Swoją wiedzę przekazuje jako Trener na szkoleniach o tematyce: Marketing dla branż, Social Media (Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn), Content marketing, Strategie marketingowe oraz sprzedażowe, Zarządzanie przedsiębiorstwem, Wprowadzanie produktów na rynek. Zrealizowała ponad 1000 godzin szkoleniowych w ciągu ostatnich 3 lat.

# Informacje dodatkowe

## Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymują skrypt z materiałami do samodzielnego utrwalenia materiału, prezentację ze szkolenia, a także certyfikat szkolenia.

## Warunki uczestnictwa

- Warunkiem uzyskania zaświadczenia jest uczestnictwo w co najmniej 80% zajęć usługi rozwojowej oraz zaliczenie zajęć w formie testu i ćwiczeń.
- Zapisując się na usługę wyrażasz zgodę na rejestrowanie/nagrywanie swojego wizerunku na potrzeby monitoringu, kontroli oraz w celu utrwalenia efektów uczenia się.

## Adres

ul. Kaprów 3A/36  
80-316 Gdańsk  
woj. pomorskie

Szkolenie znajduje się na ulicy Kaprów 3A. Prosimy o wybranie na domofonie nr 36 aby móc dostać się do wnętrza budynku jeżeli drzwi wejściowe byłby zamknięte. Kierujemy się na schody lub do windy na 3 piętro. Na przeciwko windy znajduje się biuro Digital brand. Po wejściu do środka proszę kierować się do sali na przeciwko drzwi wejściowych.

## Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Wi-fi

## Kontakt



**Magdalena Głomska**

**E-mail** [biuro@digitalbrand.com.pl](mailto:biuro@digitalbrand.com.pl)

**Telefon** (+48) 505 139 506