

BLISS BY SYLWIA
BRONISZ

Mastering Social Media: Tworzenie Angażujących Treści i Reels

Numer usługi 2024/07/18/126944/2227503

📍 Toruń / stacjonarna
🏠 Usługa szkoleniowa
🕒 53 h
📅 14.10.2024 do 20.10.2024

6 360,00 PLN brutto
6 360,00 PLN netto
120,00 PLN brutto/h
120,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Identyfikator projektu	Kierunek - Rozwój
Sposób dofinansowania	wsparcie dla osób indywidualnych
Grupa docelowa usługi	Freelancerzy zajmujący się marketingiem, którzy chcą poszerzyć swoje umiejętności. Specjaliści ds. marketingu pracujący w różnych branżach, którzy chcą być na bieżąco z najnowszymi trendami i technikami. Fotografowie, graficy, wideo edytorzy i inni artyści, którzy chcą wykorzystać media społecznościowe do promocji swojej twórczości. Influencerzy i blogerzy, którzy chcą profesjonalizować swoje profile i zwiększać zaangażowanie swojej publiczności. Osoby, które chcą rozwijać swoje prywatne konta na platformach społecznościowych, aby stać się influencerami. Hobbyści zainteresowani nowymi technikami tworzenia treści i rosnącymi trendami w social media. Studenci kierunków związanych z marketingiem, PR i komunikacją, którzy chcą zdobyć praktyczne umiejętności. Nauczyciele i wykładowcy pragnący wzbogacić swoje programy nauczania o najnowsze narzędzia i techniki.
Minimalna liczba uczestników	10
Maksymalna liczba uczestników	20
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna

Liczba godzin usługi	53
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Kurs przygotowuje uczestnika do: zrozumienia podstaw Social Media Marketingu, tworzenia angażujących treści, zarządzania i optymalizacji profili w mediach społecznościowych, tworzenia i edytowania rolek (Reels), kreatywności i innowacji w marketingu.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Zrozumienie platform social media	Uczestnik potrafi opisać specyfikę różnych platform mediów społecznościowych (Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn)	Test teoretyczny
	Uczestnik zna zasady działania algorytmów mediów społecznościowych i ich wpływ na zasięgi oraz zaangażowanie.	Test teoretyczny
Tworzenie angażujących treści	Uczestnik potrafi tworzyć różne typy treści (posty, zdjęcia, wideo, infografiki, rolki).	Prezentacja
Optymalizacja profili w mediach społecznościowych	Uczestnik umie zoptymalizować profil na różnych platformach społecznościowych, aby zwiększyć jego atrakcyjność i profesjonalizm.	Test teoretyczny
	Uczestnik zna techniki zarządzania kontami i planowania treści.	Test teoretyczny
Tworzenie rolek (Reels)	Uczestnik potrafi tworzyć i edytować rolki na platformach takich jak Instagram i TikTok.	Prezentacja
	Uczestnik zna podstawy montażu wideo, dodawania efektów specjalnych i muzyki.	Prezentacja

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Analiza i mierzenie efektywności kampanii	Uczestnik potrafi interpretować dane i metryki, takie jak zasięg, zaangażowanie i konwersje.	Test teoretyczny
	Uczestnik umie korzystać z narzędzi analitycznych do monitorowania wyników kampanii w mediach społecznościowych.	Test teoretyczny
	Uczestnik zna podstawy reklamowania w mediach społecznościowych	Test teoretyczny
Strategie promocyjne i płatne kampanie	Uczestnik potrafi tworzyć i optymalizować kampanie reklamowe, aby osiągnąć zamierzone cele.	Test teoretyczny
Kreatywność i innowacje w marketingu	Uczestnik potrafi wprowadzać kreatywne techniki do codziennych działań marketingowych.	Wywiad swobodny
Etyka i odpowiedzialność w mediach społecznościowych	Uczestnik rozumie etyczne aspekty prowadzenia działań marketingowych	Test teoretyczny
	Uczestnik potrafi odpowiedzialnie tworzyć treści i zarządzać komunikacją z odbiorcami	Wywiad swobodny

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

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

Dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji zawiera szczegółowy opis efektów uczenia się, które zostały osiągnięte w ramach przeprowadzonej usługi.

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

Dokument zawiera informację, że walidacja została przeprowadzona zgodnie z wcześniej zdefiniowanymi kryteriami oceny efektów uczenia się. Określone kryteria służą jako wytyczne do weryfikacji osiągnięć i są integralną częścią procesu wewnętrznej walidacji.

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

Proces kształcenia oraz walidacji realizowane będą z zapewnieniem rozdzielności funkcji. Kurs kończy się egzaminem wewnętrznym. Proces walidacji przeprowadzi dodatkowy prowadzący wyznaczony przez dostawcę usługi i posiadający odpowiednie doświadczenie.

Program

Dzień 1: Wprowadzenie do Social Media Marketingu

1. Powitanie i wprowadzenie do szkolenia

- Przedstawienie celów szkolenia
- Omówienie programu i harmonogramu

2. Podstawy Social Media Marketingu

- Definicje i kluczowe pojęcia
- Przegląd najważniejszych platform (Facebook, Instagram, TikTok, Twitter)
- Zrozumienie algorytmów i ich wpływ na zasięgi

3. Tworzenie strategii Social Media

- Określanie celów marketingowych
- Analiza grupy docelowej
- Tworzenie planu działań

4. Praktyczne ćwiczenia

- Praca w grupach: tworzenie wstępnej strategii dla fikcyjnej marki

Dzień 2: Tworzenie angażujących treści

1. Podstawy tworzenia treści

- Zasady storytellingu w mediach społecznościowych
- Typy treści: posty, zdjęcia, wideo, infografiki, rolki

2. Kreatywne techniki tworzenia treści

- Narzędzia i aplikacje do tworzenia grafik i wideo
- Trendy w treściach na różnych platformach

3. Praktyczne ćwiczenia

- Tworzenie postów i grafik za pomocą Canva
- Tworzenie krótkich wideo za pomocą narzędzi online

Dzień 3: Optymalizacja profili i zarządzanie treściami

1. Optymalizacja profili w mediach społecznościowych

- Kluczowe elementy profesjonalnego profilu
- Przykłady dobrze zoptymalizowanych profili

2. Planowanie i zarządzanie treściami

- Tworzenie kalendarza treści
- Narzędzia do zarządzania mediami społecznościowymi

3. Praktyczne ćwiczenia

- Optymalizacja profilu na wybranej platformie
- Tworzenie kalendarza treści dla fikcyjnej marki

Dzień 4: Tworzenie i edytowanie rolek (Reels)

1. Podstawy tworzenia rolek

- Wprowadzenie do Instagram Reels i TikTok
- Kluczowe elementy atrakcyjnych rolek

2. Techniki edycji wideo

- Narzędzia do montażu wideo (Adobe Premiere Rush)
- Dodawanie efektów specjalnych, muzyki i tekstu

3. Praktyczne ćwiczenia

- Tworzenie i edytowanie rolek na Instagramie i TikToku
- Warsztaty z montażu wideo

Dzień 5: Analiza i mierzenie efektywności kampanii

1. Wprowadzenie do analityki social media

- Kluczowe metryki i wskaźniki (zasięg, zaangażowanie, konwersje)
- Narzędzia analityczne

2. Praktyczne zastosowanie analityki

- Monitorowanie i analizowanie wyników kampanii
- Interpretacja danych i wnioski

3. Praktyczne ćwiczenia

- Analiza rzeczywistych kampanii
- Tworzenie raportów z wynikami

Dzień 6: Strategie promocyjne i płatne kampanie

1. Podstawy reklam w mediach społecznościowych

- Typy reklam na różnych platformach
- Ustalanie budżetu i targetowanie

2. Tworzenie kampanii reklamowych

- Narzędzia do tworzenia i zarządzania reklamami (Facebook Ads Manager)
- Optymalizacja kampanii reklamowych

3. Praktyczne ćwiczenia

- Tworzenie kampanii reklamowej od podstaw
- Analiza i optymalizacja kampanii

Dzień 7: Kreatywność, innowacje i etyka w mediach społecznościowych

1. Kreatywne techniki i innowacje w marketingu

- Inspiracje i case studies
- Wprowadzenie innowacyjnych technik do strategii

2. Etyka i odpowiedzialność w mediach społecznościowych

- Zasady etyki w działaniach marketingowych
- Zarządzanie kryzysami i odpowiedzialność za treści

3. Podsumowanie i zakończenie szkolenia

- Omówienie zdobytej wiedzy i umiejętności
- Wręczenie certyfikatów ukończenia szkolenia

Walidacja odbywa się po ukończeniu szkolenia, w formie testu kompetencji online oraz przesłaniu zadania praktycznego do oceny przez osobę przeprowadzającą walidację.

Szkolenie odbywa się z podziałem na godziny zegarowe, przerwy odbywają się z uwzględnieniem potrzeb oraz postępów uczestników.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 22

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 22 Powitanie i wprowadzenie do szkolenia	Dariusz Urbaniak	14-10-2024	09:00	10:00	01:00
2 z 22 Podstawy Social Media Marketingu	Dariusz Urbaniak	14-10-2024	10:00	13:00	03:00
3 z 22 Tworzenie strategii Social Media	Dariusz Urbaniak	14-10-2024	13:00	16:00	03:00
4 z 22 Praktyczne ćwiczenia	Dariusz Urbaniak	14-10-2024	16:00	17:00	01:00
5 z 22 Podstawy tworzenia treści	Dariusz Urbaniak	15-10-2024	09:00	12:00	03:00
6 z 22 Kreatywne techniki tworzenia treści	Dariusz Urbaniak	15-10-2024	12:00	15:00	03:00
7 z 22 Praktyczne ćwiczenia	Dariusz Urbaniak	15-10-2024	15:00	17:00	02:00
8 z 22 Optymalizacja profili w mediach społecznościowych	Dariusz Urbaniak	16-10-2024	09:00	12:00	03:00
9 z 22 Planowanie i zarządzanie treściami	Dariusz Urbaniak	16-10-2024	12:00	15:00	03:00
10 z 22 Praktyczne ćwiczenia	Dariusz Urbaniak	16-10-2024	15:00	17:00	02:00
11 z 22 Podstawy tworzenia rolek	Dariusz Urbaniak	17-10-2024	09:00	12:00	03:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
12 z 22 Techniki edycji wideo	Dariusz Urbaniak	17-10-2024	12:00	15:00	03:00
13 z 22 Praktyczne ćwiczenia	Dariusz Urbaniak	17-10-2024	15:00	17:00	02:00
14 z 22 Wprowadzenie do analityki social media	Dariusz Urbaniak	18-10-2024	09:00	12:00	03:00
15 z 22 Praktyczne zastosowanie analityki	Dariusz Urbaniak	18-10-2024	12:00	15:00	03:00
16 z 22 Praktyczne ćwiczenia	Dariusz Urbaniak	18-10-2024	15:00	17:00	02:00
17 z 22 Podstawy reklam w mediach społecznościowych	Dariusz Urbaniak	19-10-2024	09:00	12:00	03:00
18 z 22 Tworzenie kampanii reklamowych	Dariusz Urbaniak	19-10-2024	12:00	15:00	03:00
19 z 22 Praktyczne ćwiczenia	Dariusz Urbaniak	19-10-2024	15:00	17:00	02:00
20 z 22 Kreatywne techniki i innowacje w marketingu	Dariusz Urbaniak	20-10-2024	10:00	12:00	02:00
21 z 22 Etyka i odpowiedzialność w mediach społecznościowych	Dariusz Urbaniak	20-10-2024	12:00	14:00	02:00
22 z 22 Podsumowanie i zakończenie szkolenia	Dariusz Urbaniak	20-10-2024	14:00	15:00	01:00

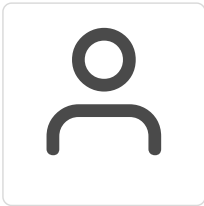
Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	6 360,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	6 360,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	120,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	120,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Dariusz Urbaniak

Właściciel firmy TO SIE KAMERUJE. Posiada ogromne doświadczenie w zakresie nagrań wideo i tworzenia contentu, w zawodzie od 2018. W swoim portfolio ma produkcje teledysków, filmów reklamowych, filmów dla gastronomii, relacji z imprez i koncertów. Jego pasją jest filmowanie z drona. Instruktor z zakresu tworzenia treści reklamowych do mediów społecznościowych.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

materiały edukacyjne w formie elektronicznej, organizator dostarcza niezbędny sprzęt audiowizualny do wykonania usługi

uczestnicy zobowiązani są do posiadania smartfona do wykonywania zadania praktycznego

Adres

Toruń

Toruń

woj. kujawsko-pomorskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Sylwia Bronisz

E-mail biuro@blissbys.pl

Telefon (+48) 666 080 130