



Future Consulting
Monika Ornał-Olech



Kompleksowy marketing w social media: strategia, content, reklama.

Numer usługi 2024/09/10/150920/2301641

📍 Lublin / mieszana (stacjonarna połączona z usługą zdalną
w czasie rzeczywistym)

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 32 h

📅 21.10.2024 do 25.10.2024

5 000,00 PLN brutto

5 000,00 PLN netto

156,25 PLN brutto/h

156,25 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	Grupę docelową usługi stanowią wszystkie osoby zainteresowane tematyką marketingu w social media, a w szczególności specjaliści ds. marketingu, public relations, mediów społecznościowych. Usługa adresowana również do uczestników projektu „Kierunek – Rozwój”.
Minimalna liczba uczestników	2
Maksymalna liczba uczestników	8
Data zakończenia rekrutacji	17-10-2024
Forma prowadzenia usługi	mieszana (stacjonarna połączona z usługą zdalną w czasie rzeczywistym)
Liczba godzin usługi	32
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 przygotowuje do samodzielnego podejmowania działań związanych z planowaniem, tworzeniem i rozpowszechnianiem treści marketingowych. Uczestnik po szkoleniu samodzielnie analizuje potrzeby i preferencje odbiorców treści marketingowych, przygotowuje i dystrybuje treści marketingowe oraz jest przygotowany do prowadzenia projektów content marketingowych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestniczka/uczestnik szkolenia posiada wiedzę na temat marketingu w mediach społecznościowych: wymienia najpopularniejsze media społecznościowe i pokrótce je opisuje.	Pozytywny wynik testu teoretycznego na temat kluczowych zagadnień omówionych podczas szkolenia.	Test teoretyczny
	Indywidualne feedbacki od trenerów dla uczestników, bazujące na obserwacji ich postępów, zaangażowania i zrozumienia materiału szkoleniowego.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Dobiera kanały komunikacji social media do potrzeb marketingowych marki.	Pozytywny wynik testu teoretycznego na temat kluczowych zagadnień omówionych podczas szkolenia.	Test teoretyczny
	Indywidualne feedbacki od trenerów dla uczestników, bazujące na obserwacji ich postępów, zaangażowania i zrozumienia materiału szkoleniowego.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Odróżnia markę osobistą od marki firmowej.	Pozytywny wynik testu teoretycznego na temat kluczowych zagadnień omówionych podczas szkolenia.	Test teoretyczny
	Indywidualne feedbacki od trenerów dla uczestników, bazujące na obserwacji ich postępów, zaangażowania i zrozumienia materiału szkoleniowego.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Tworzy profil odbiorcy idealnego publikowanych treści.	Pozytywny wynik testu teoretycznego na temat kluczowych zagadnień omówionych podczas szkolenia.	Test teoretyczny
	Indywidualne feedbacki od trenerów dla uczestników, bazujące na obserwacji ich postępów, zaangażowania i zrozumienia materiału szkoleniowego.	Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Nadaje charakter komunikacji w social media.	<p>Pozytywny wynik testu teoretycznego na temat kluczowych zagadnień omówionych podczas szkolenia.</p> <p>Indywidualne feedbacki od trenerów dla uczestników, bazujące na obserwacji ich postępów, zaangażowania i zrozumienia materiału szkoleniowego.</p>	<p>Test teoretyczny</p> <p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p>
Charakteryzuje i posługuje się podstawowymi narzędziami i aplikacjami niezbędnymi do tworzenia atrakcyjnych treści w social media.	<p>Pozytywny wynik testu teoretycznego na temat kluczowych zagadnień omówionych podczas szkolenia.</p>	<p>Test teoretyczny</p>
Definiuje zasady tworzenia "idealnego posta".	<p>Indywidualne feedbacki od trenerów dla uczestników, bazujące na obserwacji ich postępów, zaangażowania i zrozumienia materiału szkoleniowego.</p> <p>Pozytywny wynik testu teoretycznego na temat kluczowych zagadnień omówionych podczas szkolenia.</p>	<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p> <p>Test teoretyczny</p>
Charakteryzuje istotę tego czym jest strategia komunikacji w social media i ją planuje.	<p>Indywidualne feedbacki od trenerów dla uczestników, bazujące na obserwacji ich postępów, zaangażowania i zrozumienia materiału szkoleniowego.</p> <p>Pozytywny wynik testu teoretycznego na temat kluczowych zagadnień omówionych podczas szkolenia.</p>	<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p> <p>Test teoretyczny</p>
Rozróżnia cechy wartościowego contentu i posługuje się wiedzą gdzie szukać inspiracji.	<p>Pozytywny wynik testu teoretycznego na temat kluczowych zagadnień omówionych podczas szkolenia.</p>	<p>Test teoretyczny</p>
	<p>Indywidualne feedbacki od trenerów dla uczestników, bazujące na obserwacji ich postępów, zaangażowania i zrozumienia materiału szkoleniowego.</p>	<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p>

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Charakteryzuje i stosuje zasady identyfikacji wizualnej marki.	<p>Pozytywny wynik testu teoretycznego na temat kluczowych zagadnień omówionych podczas szkolenia.</p> <p>Indywidualne feedbacki od trenerów dla uczestników, bazujące na obserwacji ich postępów, zaangażowania i zrozumienia materiału szkoleniowego.</p>	<p>Test teoretyczny</p> <p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p>
Analizuje statystyki i wyniki reklam i tworzy raporty.	<p>Pozytywny wynik testu teoretycznego na temat kluczowych zagadnień omówionych podczas szkolenia.</p>	<p>Test teoretyczny</p>
Definiuje i wykorzystuje podstawowe zasady tworzenia i prowadzenia kampanii META ADS (na Facebooku i Instagramie)	<p>Indywidualne feedbacki od trenerów dla uczestników, bazujące na obserwacji ich postępów, zaangażowania i zrozumienia materiału szkoleniowego.</p> <p>Pozytywny wynik testu teoretycznego na temat kluczowych zagadnień omówionych podczas szkolenia.</p>	<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p> <p>Test teoretyczny</p>
Obsługuje Portfolio Firmowe i Manager Reklam META ADS.	<p>Indywidualne feedbacki od trenerów dla uczestników, bazujące na obserwacji ich postępów, zaangażowania i zrozumienia materiału szkoleniowego.</p> <p>Pozytywny wynik testu teoretycznego na temat kluczowych zagadnień omówionych podczas szkolenia.</p>	<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p> <p>Test teoretyczny</p>
Tworzy proste kampanie META ADS, które realizują cele: rozpoznawalność, aktywność i ruch na stronie www.	<p>Pozytywny wynik testu teoretycznego na temat kluczowych zagadnień omówionych podczas szkolenia.</p>	<p>Test teoretyczny</p>
	<p>Indywidualne feedbacki od trenerów dla uczestników, bazujące na obserwacji ich postępów, zaangażowania i zrozumienia materiału szkoleniowego.</p>	<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p>

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

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

Tak, dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji 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, 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

-> Szkolenie jest adresowane głównie do specjalistów ds. marketingu, public relations, mediów społecznościowych.

-> Za 1 godzinę usługi szkoleniowej uznaje się godzinę dydaktyczną (45 minut).

-> Ilość przerw oraz długość ich trwania zostanie dostosowana indywidualnie do potrzeb uczestników szkolenia. Zaznacza się jednak, że łączna długość przerw podczas szkolenia nie będzie dłuższa aniżeli zawarta w harmonogramie.

-> Przerwy nie wliczają się w czas trwania usługi.

Warunki organizacyjne:

-> Skompletowanie jednej grupy uczestników 2-8 osobowej

-> Przydzielenie każdej z osób miejsca siedzącego i stolika podczas zajęć stacjonarnych

PROGRAM:

DZIEŃ 1 - Wprowadzenie do marketingu w mediach społecznościowych - STACJONARNIE

- Wstęp i wprowadzenie do marketingu w mediach społecznościowych. Pre Test - 1h
- Przegląd i analiza najpopularniejszych kanałów social media (Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, LinkedIn)- 1h
- Marka osobista vs. marka firmowa - 1h
- Tworzenie osoby - 1h
- Archetypy i wartości w mediach społecznościowych - 1h
- Narzędzia pracy w social mediach - 1h

WARSZTAT:

Stworzenie profilu "odbiorcy idealnego" i wybranie odpowiednich kanałów komunikacji social media dla konkretnej marki - 1h

Wskazówki po pierwszym dniu:

- Założyć bezpłatne konto na Canvie
- Pobrać aplikację CupCat na telefon

DZIEŃ 2 - Założenia i budowa strategii komunikacji marki w social media - STACJONARNIE

- Wstęp do strategii komunikacji social media: czym jest, rodzaje strategii, po co, dla kogo, jak powinna wyglądać strategia i co powinna zawierać.- 1h
- Omówienie poszczególnych punktów strategii komunikacji social media: research, audyt, analiza SWOT, dobór kanałów social media, określenie formatu i rodzaju treści publikowanych, harmonogram wdrożenia, harmonogram realizacji, budżet, analiza wyników- 3h
- Research - zasady prowadzenia - 1h
- Analiza konkurencji, dobre praktyki- 1h

WARSZTAT:

Wykonanie researchu lub analizy SWOT - 1h

DZIEŃ 3 - Content i jego kreacje - ONLINE

- Cechy wartościowego contentu + gdzie szukać inspiracji na content - 1h
- Identyfikacja wizualna - 30 min
- Tworzenie atrakcyjnych treści: video, grafika, tekst + konstrukcja dobrego posta - 2h
- Case study - przykłady dobrych i złych publikacji + recykling treści - 1h
- Omówienie Meta Business Suite i Tworzenie harmonogramu publikacji - 30 min
- Analiza statystyk + tworzenie raportów z działań marketingowych, case study - 1h

WARSZTAT:

Stworzyć plan publikacji oraz przykładowy jeden post dla konkretnej marki (w oparciu o zadanie z dnia pierwszego) - 1h

DZIEŃ 4 - Płatne kampanie marketingowe META ADS - STACJONARNIE

- Wprowadzenie do META ADS - 1h

WARSZTAT: Omówienie menedżera reklam na poziomie podstawowym: cele reklamowe, targetowanie, wizualizacje, budżet, czas kampanii, analiza wyników - 3h

- Case study ciekawych kampanii META ADS- 1h
- Podsumowanie szkolenia - 1h
- Q&A. Konsultacje z uczestnikami. Post Test- 1h

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 33

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
1 z 33 Wstęp i wprowadzenie do marketingu w mediach społecznościowych	Paulina Siewierska-Kowalczyk	21-10-2024	09:00	09:45	00:45	Tak

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
2 z 33 Przegląd i analiza najpopularniejszych kanałów social media (Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, LinkedIn)	Paulina Siewierska-Kowalczyk	21-10-2024	09:45	10:30	00:45	Tak
3 z 33 Marka osobista vs. marka firmowa	Paulina Siewierska-Kowalczyk	21-10-2024	10:30	11:15	00:45	Tak
4 z 33 Przerwa	Paulina Siewierska-Kowalczyk	21-10-2024	11:15	11:30	00:15	Tak
5 z 33 Tworzenie osoby	Paulina Siewierska-Kowalczyk	21-10-2024	11:30	12:15	00:45	Tak
6 z 33 Archetypy i wartości w mediach społecznościowych	Paulina Siewierska-Kowalczyk	21-10-2024	12:15	13:00	00:45	Tak
7 z 33 Przerwa	Paulina Siewierska-Kowalczyk	21-10-2024	13:00	13:15	00:15	Tak
8 z 33 Narzędzia pracy w social mediach	Paulina Siewierska-Kowalczyk	21-10-2024	13:15	14:00	00:45	Tak

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
<p>9 z 33</p> <p>Warsztat: Stworzenie profilu "odbiorcy idealnego" i wybranie odpowiednich kanałów komunikacji social media dla konkretnej marki</p>	Paulina Siewierska-Kowalczyk	21-10-2024	14:00	15:30	01:30	Tak
<p>10 z 33</p> <p>Wstęp do strategii komunikacji social media: czym jest, rodzaje strategii, po co, dla kogo, jak powinna wyglądać strategia i co powinna zawierać</p>	Manuela Sitarz	22-10-2024	09:00	09:45	00:45	Tak
<p>11 z 33</p> <p>Omówienie: research, audyt, analiza SWOT, dobór kanałów SM, określenie formatu i rodzaju treści publikowanych, harm. wdrożenia, harm. realizacji, budżet, analiza wyników</p>	Manuela Sitarz	22-10-2024	09:45	12:00	02:15	Tak
<p>12 z 33</p> <p>Przerwa</p>	Manuela Sitarz	22-10-2024	12:00	12:15	00:15	Tak
<p>13 z 33</p> <p>Research - zasady prowadzenia</p>	Manuela Sitarz	22-10-2024	12:15	13:00	00:45	Tak

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
14 z 33 Analiza konkurencji, dobre praktyki	Manuela Sitarz	22-10-2024	13:00	13:45	00:45	Tak
15 z 33 Przerwa	Manuela Sitarz	22-10-2024	13:45	14:00	00:15	Tak
16 z 33 Warsztat: Wykonanie researchu lub analizy SWOT	Manuela Sitarz	22-10-2024	14:00	15:30	01:30	Tak
17 z 33 Cechy wartościowego contentu + gdzie szukać inspiracji na content	Paulina Siewierska-Kowalczyk	23-10-2024	09:00	09:45	00:45	Nie
18 z 33 Identyfikacja wizualna	Paulina Siewierska-Kowalczyk	23-10-2024	09:45	10:10	00:25	Nie
19 z 33 Tworzenie atrakcyjnych treści: video, grafika, tekst + konstrukcja dobrego posta	Paulina Siewierska-Kowalczyk	23-10-2024	10:10	11:40	01:30	Nie
20 z 33 Przerwa	Paulina Siewierska-Kowalczyk	23-10-2024	11:40	11:55	00:15	Nie
21 z 33 Case study - przykłady dobrych i złych publikacji + recykling treści	Paulina Siewierska-Kowalczyk	23-10-2024	11:55	12:40	00:45	Nie

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
22 z 33 Omówienie Meta Business Suite i Tworzenie harmonogramu publikacji	Paulina Siewierska-Kowalczyk	23-10-2024	12:40	13:00	00:20	Nie
23 z 33 Przerwa	Paulina Siewierska-Kowalczyk	23-10-2024	13:00	13:15	00:15	Nie
24 z 33 Analiza statystyk + tworzenie raportów z działań marketingowych, case study	Paulina Siewierska-Kowalczyk	23-10-2024	13:15	14:00	00:45	Nie
25 z 33 Stworzyć plan publikacji oraz przykładowy jeden post dla konkretnej marki (w oparciu o zadanie z dnia pierwszego)	Paulina Siewierska-Kowalczyk	23-10-2024	14:00	15:30	01:30	Nie
26 z 33 Wprowadzenie do META ADS	Manuela Sitarz	24-10-2024	09:00	09:45	00:45	Tak
27 z 33 WARSZTAT: Omówienie menedżera reklam na poziomie podstawowym: cele reklamowe, targetowanie, wizualizacje, budżet, czas kampanii, analiza wyników	Manuela Sitarz	24-10-2024	09:45	12:00	02:15	Tak

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
28 z 33 Przerwa	Manuela Sitarz	24-10-2024	12:00	12:15	00:15	Tak
29 z 33 Case study ciekawych kampanii META ADS	Manuela Sitarz	24-10-2024	12:15	13:00	00:45	Tak
30 z 33 Podsumowanie szkolenia	Manuela Sitarz	24-10-2024	13:00	13:45	00:45	Tak
31 z 33 Przerwa	Manuela Sitarz	24-10-2024	13:45	14:00	00:15	Tak
32 z 33 Q&A. Konsultacje z uczestnikami	Manuela Sitarz	24-10-2024	14:00	14:45	00:45	Tak
33 z 33 Post Test	-	24-10-2024	14:45	15:30	00:45	Tak

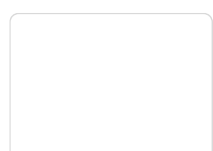
Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 000,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 000,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	156,25 PLN
Koszt osobogodziny netto	156,25 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 2



1 z 2

Paulina Siewierska-Kowalczyk



Od 2019 r. właścicielka agencji Mediów Społecznościowych StartUp Social Media. Przez lata w branży marketingowej współtworzyła kilkadziesiąt projektów, tworząc strategię, budując rozpoznawalność i zwiększając zasięgi i sprzedaż produktów za pomocą kampanii META ADS. Prowadzi warsztaty i szkolenia od 2019 r. z obsługi social mediów oraz płatnych kampanii na Facebooku i Instagramie, z których skorzystało już ponad 1900 osób. Prowadzi szkolenia i konsultacje z zakresu content marketingu, tworzenia i zarządzania komunikacją w social media dla osób prowadzących jednoosobowe działalności gospodarcze oraz pracowników działów marketingu, mikro i małych przedsiębiorstw na terenie Polski od 2019 r. Prowadzeni i zarządza kampaniami META ADS dla klientów z branży szkoleniowej, medycznej i e-commerce. Tworzy plany strategii działań dla osób budujących rozpoznawalność marki osobistej. Prelegent na warsztatach i szkoleniach z zakresu: content marketingu, social media marketingu, przedsiębiorczości dla młodzieży organizowanych przez Miasto Lublin. Konsultantka w sprawach promocji i reklamy eventów lokalnych i krajowych. Trenerka posiada odpowiednie do rodzaju i zakresu świadczonych usług doświadczenie zawodowe, nabyte w ciągu ostatnich 5 lat od daty publikacji usługi.



2 z 2

Manuela Sitarz

Od 2022 specjalista ds. Mediów Społecznościowych w StartUp Social Media. Posiada 3-letnie doświadczenie w marketingu oraz w tematyce mediów społecznościowych, tworzy kompleksowe strategię komunikacji, optymalizuje płatne kampanie META ADS. Prowadzi szkolenia i zarządza zespołem. Skutecznie zarządza kanałami w mediach społecznościowych: Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn, ponadto projektuje grafiki w programach Canva i Gimp. Z powodzeniem tworzy oraz optymalizuje wizytówki Google, montuje reels (ponad 100 wideo), tworzy strategię komunikacji w social media, tworzy treści pisane oraz harmonogramy publikacji, co wykorzystuje w praktyce podczas realizacji szkoleń z wymienionej tematyki. Trenerka posiada odpowiednie do rodzaju i zakresu świadczonych usług doświadczenie zawodowe, nabyte w ciągu ostatnich 3 lat od daty publikacji usługi.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Każdy uczestnik otrzyma niezbędne materiały szkoleniowe.

Warunki uczestnictwa

Warunkiem uzyskania zaświadczenia o ukończeniu szkolenia jest uczestnictwo w co najmniej 80% zajęć oraz zaliczenia zajęć w formie stacjonarnej. Ponadto, uzyskanie pozytywnego wyniku z testu teoretycznego.

Informacje dodatkowe

Ujęte godziny są godzinami dydaktycznymi - 1h = 45 min.

Zawarto umowę z WUP w Toruniu w ramach projektu Kierunek – Rozwój.

Nie pasuje Ci termin szkolenia? Skontaktuj się z nami!

Telefon: 601 847 454

Mail: kontakt@future-consulting.pl

Warunki techniczne

1. Platforma, na której zostanie przeprowadzone szkolenie to **google meet**
2. Minimalne wymagania do obsługi szkolenia w formie zdalnej, w czasie rzeczywistym na platformie **clickmeeting.com**:

- uczestnik powinien dysponować komputerem stacjonarnym bądź laptopem. Niezbędne również będą: mikrofon, słuchawki, głośniki i opcjonalnie kamera.

3. Minimalne wymagania sprzętowe: procesor dwurdzeniowy, minimum 2GB pamięci RAM, wolna przestrzeń na dysku twardym (około 10GB)
4. System operacyjny: minimum Windows XP/MacOS High Sierra
5. Oprogramowanie: przeglądarka internetowa (Google Chrome, Mozilla Firefox, Opera, Safari, Microsoft Edge)
6. Sieć: łącze internetowe minimum 2 Mbps
7. Okres ważności linku: **1h przed rozpoczęciem szkolenia w pierwszym dniu do ostatniej godziny w dniu zakończenia.**

Adres

ul. Agatowa 5/U10
20-400 Lublin
woj. lubelskie

Szkolenie odbędzie się w sali szkoleniowej zlokalizowanej przy ul. Agatowej 5/U10 w Lublinie.

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Monika Ornal-Olech

E-mail monikaornal@wp.pl

Telefon (+48) 601 847 454