



CENTRUM  
EDUKACJI I  
ROZWOJU  
WOJCIECH  
ZINKOLO



## Zrównoważony marketing w ekosystemie META – efektywne strategie i narzędzia optymalizujące kampanie reklamowe w social mediach (m.in. Facebook, Instagram) przy wykorzystaniu zielonych technologii i minimalizacji zużycia zasobów oraz śladu węglowego w środowisku cyfrowym

Numer usługi 2024/09/12/42676/2306639

📍 Katowice / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 22 h

📅 02.12.2024 do 03.12.2024

4 500,00 PLN brutto

4 500,00 PLN netto

204,55 PLN brutto/h

204,55 PLN netto/h

## Informacje podstawowe

### Kategoria

Biznes / Marketing

### Sposób dofinansowania

wsparcie dla osób indywidualnych  
wsparcie dla pracodawców i ich pracowników

### Grupa docelowa usługi

Wszystkie osoby pow. 18 r.ż. chcące nabyć zielone kompetencje, a zwłaszcza:

- Specjaliści ds. marketingu cyfrowego pracujący w marketingu i chcą poszerzyć swoją wiedzę na temat kampanii reklamowych w ekosystemie Meta z naciskiem na zrównoważony rozwój.

- Social Media Managerowie zarządzający kampaniami w social mediach, którzy chcą nauczyć się nowych technik targetowania oraz promowania produktów ekologicznych.

- Specjaliści ds. e-commerce zajmujące się sprzedażą online, które chcą zintegrować swoje sklepy z ekosystemem Meta oraz promować produkty ekologiczne przy użyciu zaawansowanych funkcji Facebook Ads i dynamicznych reklam produktowych.

- Specjaliści ds. CSR i ESG odpowiedzialni za działania z zakresu odpowiedzialności społecznej w firmach, które chcą rozwijać kampanie promujące działania ekologiczne i zrównoważony rozwój.

- Zarządzający markami ekologicznymi związanymi z ekologią i zrównoważonym stylem życia, i chcą promować swoje produkty w sposób zgodny z wartościami ekologicznymi.

### Minimalna liczba uczestników

10

<b>Maksymalna liczba uczestników</b>	18
<b>Data zakończenia rekrutacji</b>	01-12-2024
<b>Forma prowadzenia usługi</b>	stacjonarna
<b>Liczba godzin usługi</b>	22
<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

Usługa „Zrównoważony...” przygotowuje do samodzielnego tworzenia i optymalizacji kampanii reklamowych w ekosystemie Meta (m.in. Facebook, Instagram) z wykorzystaniem strategii zrównoważonego rozwoju, minimalizujących ślad węglowy i zużycie zasobów cyfrowych, a w zakresie zielonych kompetencji do promowania świadomości środowiskowej i przyjmowania postawy proekologicznej w codziennym życiu zawodowym i osobistym oraz krytycznej refleksji nad własnym podejściem do ekologii i zrównoważonego rozwoju.

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

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Posługuje się wiedzą nt. urządzeń mobilnych w strategiach marketingowych na Facebooku i Instagramie	Charakteryzuje metody dostosowania kampanii marketingowych do urządzeń mobilnych	Test teoretyczny
Posługuje się wiedzą nt. zasada efektywnej integracji kampanii marketingowych na Facebooku z innymi kanałami cyfrowymi	Wymienia zasady prowadzenia kampanii, które skutecznie łączą działania na Facebooku z SEO i e-mail marketingiem	Test teoretyczny
Posługuje się wiedzą nt. optymalizacji kampanii marketingowych na Facebooku i Instagramie pod kątem zrównoważonego rozwoju	Definiuje sposoby minimalizowania zużycia energii i danych w kampaniach	Test teoretyczny
Charakteryzuje role treści edukacyjnych związanych z ekologią i zrównoważonym rozwojem w kampaniach społecznościowych	Definiuje sposoby na zwiększenie świadomości ekologicznej wśród odbiorców w kampaniach społecznościowych	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Charakteryzuje rolę algorytmów Facebooka i Instagrama do promowania treści ekologicznych	Definiuje zasady stosowania algorytmów do efektywnego targetowania odbiorców zainteresowanych zrównoważonym rozwojem	Test teoretyczny
<p>Posługuje się wiedzą nt. metod zarządzania budżetami kampanii w Meta Ads, optymalizujących wydatki w sposób ekologiczny</p> <p>Charakteryzuje sposoby tworzenia strategii marketingowych minimalizujących ślad węglowy kampanii reklamowych</p>	<p>Charakteryzuje metody tworzenia budżetów kampanii z uwzględnieniem efektywnego zarządzania zasobami</p> <p>Definiuje metody optymalizacji kampanii pod kątem minimalizacji zużycia energii i danych</p>	<p>Test teoretyczny</p> <p>Test teoretyczny</p>
<p>Charakteryzuje rodzaje treści marketingowych promujących zrównoważony rozwój i ochronę środowiska</p> <p>Charakteryzuje potencjał zielonych technologii w kampaniach reklamowych, ograniczających negatywny wpływ marketingu cyfrowego na środowisko</p>	<p>Definiuje zasady prowadzenia kampanii reklamowych, które edukują odbiorców w zakresie ekologii i ochrony zasobów naturalnych</p> <p>Rozróżnia narzędzia redukujące ślad ekologiczny kampanii w działaniach marketingowych</p>	<p>Test teoretyczny</p> <p>Test teoretyczny</p>
<p>Charakteryzuje metody konfiguracji i zarządzania sklepem na Facebooku, integrujące ekologiczne rozwiązania i dynamiczne reklamy produktowe (DPA)</p> <p>Posługuje się wiedzą nt. ochrony środowiska naturalnego przed przeszkodami związanymi z technologiami cyfrowymi</p>	<p>Omawia sposoby na optymalizację dynamiczną reklam produktowych (DPA) w oparciu o ekologiczne rozwiązania</p> <p>Na podstawie posiadanej świadomości charakteryzuje wpływ technologii cyfrowych i ich wykorzystania na środowisko</p>	<p>Test teoretyczny</p> <p>Test teoretyczny</p>
Charakteryzuje promowanie świadomości środowiskowej	Definiuje promowanie zrównoważonego rozwoju i zwiększanie świadomości na temat wpływu człowieka i przemysłu na środowisko na podstawie śladów węglowych procesów biznesowych i innych praktyk	Test teoretyczny
Kompetencje społeczne: Ocenia wpływ osobistych zachowań na środowisko	Definiuje przyjmowanie w codziennym życiu postawy zorientowanej na zrównoważony rozwój i zastanawiania się nad swoim własnym podejściem do ekologii oraz nad wpływem własnych zachowań na środowisko	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 o ukończeniu szkolenia potwierdzające 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?**

Zaświadczenie o ukończeniu szkolenia potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji.

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

Zaświadczenie o ukończeniu szkolenia potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielanie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji (test walidacyjny zostanie oceniony po zakończeniu realizacji usługi przez innego eksperta niż ten, który uczestniczył w procesie kształcenia).

## Program

### PROGRAM PIERWSZEGO DNIA SZKOLENIA:

#### **BLOK 1: Facebook i Instagram w strategiach współczesnego marketingu – zrównoważony rozwój i efektywne użycie algorytmów**

- Rozwój platform Meta: Historia i transformacja Facebooka i Instagrama, od ich początków do obecnego kształtu.
- Zrozumienie środowiska social mediów: Ważne informacje o funkcjonowaniu ekosystemu mediów społecznościowych.
- Znaczenie mobilności: Jak era urządzeń mobilnych wpłynęła na marketing i zachowania użytkowników.
- Facebook jako część strategii marketingowej: Jak skutecznie wykorzystać Facebooka w ramach kampanii marketingowych.
- Demografia użytkowników Facebooka: Analiza zachowań i preferencji różnych grup użytkowników oraz ich wpływ na tworzenie kampanii reklamowych.
- Łączenie działań marketingowych: Efektywna integracja działań na Facebooku z innymi kanałami cyfrowymi, takimi jak SEO i e-mail marketing.
- Analiza ROI w kampaniach na Facebooku: Narzędzia i techniki pomiaru zwrotu z inwestycji w reklamy na Facebooku.
- Zrównoważony marketing na Facebooku i Instagramie: Jak wdrażać strategie, które promują odpowiedzialne działania biznesowe i minimalizują negatywny wpływ na środowisko.
- Optymalizacja kampanii pod kątem śladu węglowego: Wykorzystanie narzędzi Facebooka i Instagrama do prowadzenia kampanii, które minimalizują zużycie energii i danych, przyczyniając się do ochrony środowiska.
- Tworzenie treści edukacyjnych o ekologii: Jak przygotować treści, które zwiększają świadomość ekologiczną wśród odbiorców.
- Zielone wydarzenia na Facebooku: Organizowanie i promowanie ekologicznych eventów za pomocą platformy.

#### **BLOK 2: Algorytmy Facebooka i Instagrama – klucz do zrównoważonego marketingu i odpowiedzialnych działań biznesowych**

- Jak działają algorytmy: Omówienie najnowszych zmian w algorytmach Facebooka i Instagrama oraz ich wpływu na strategie marketingowe.
- Wykorzystanie algorytmów do promowania zrównoważonych treści: Jak algorytmy Facebooka i Instagrama mogą wspierać kampanie związane z ekologią i zrównoważonym rozwojem, pomagając docierać do świadomych ekologicznie odbiorców i promować odpowiedzialne praktyki biznesowe.

#### **BLOK 3: Meta Ads – zrównoważone kampanie reklamowe i efektywne wykorzystanie zasobów**

- Efektywność reklam w Meta Ads: Wyjaśnienie, dlaczego kampanie reklamowe w ekosystemie Meta osiągają wysokie wyniki oraz jak z tego korzystać.

- Narzędzia Ads Manager: Przedstawienie dostępnych funkcji Ads Managera, które wspierają skuteczne zarządzanie kampaniami reklamowymi.
- Rodzaje formatów reklamowych Meta Ads: Omówienie różnych formatów reklamowych i ich roli w kampaniach o różnorodnych celach.
- Definiowanie celów i targetowanie odbiorców: Jak ustalać cele kampanii oraz precyzyjnie dobrać grupy docelowe dla lepszego efektu reklamowego.
- Zarządzanie budżetem i optymalizacja kampanii: Metody skutecznego zarządzania budżetami reklamowymi oraz optymalizowania wydatków w kampaniach.
- Praktyczne przykłady i studia przypadków: Analiza rzeczywistych przypadków kampanii, które odniosły sukces, oraz najlepszych praktyk w branży.
- Zaawansowane sposoby targetowania: Jak wykorzystać dane zewnętrzne do lepszego dopasowania reklam i personalizacji przekazu.
- Monitoring działań konkurencji: Narzędzia i techniki śledzenia działań konkurencji w Meta Ads oraz zastosowanie zdobytych informacji do własnych kampanii.
- Docieranie do ekologicznych grup odbiorców: Strategie skutecznego targetowania osób zainteresowanych ekologią oraz zrównoważonym trybem życia.
- Kampanie przyjazne środowisku: Tworzenie kampanii reklamowych z niskim śladem węglowym, które ograniczają negatywny wpływ na środowisko.
- Reklamy produktów z recyklingu i upcyklingu: Jak projektować i realizować kampanie promujące produkty wykonane z materiałów pochodzących z recyklingu i upcyklingu, z naciskiem na ich ekologiczny charakter.

#### **BLOK 4: Podstawy zakupu przestrzeni reklamowej w Meta Ads: Etyczne i odpowiedzialne metody alokacji zasobów na reklamy.**

- Mechanizmy aukcyjne: Zasięg oraz częstotliwość wyświetlania reklam.
- Strategie zarządzania budżetem kampanii w Meta Ads: Jak efektywnie planować i kontrolować wydatki na kampanie.

#### **BLOK 5: Ekologiczne rozwiązania, konfiguracja sklepu oraz katalogu produktów na Facebooku, a także kreatywne i odpowiedzialne podejście w tworzeniu reklam.**

- Funkcjonowanie Facebook Pixel: Jak działa i jakie korzyści daje jego użycie.
- API konwersji: Sposoby na zbieranie większej ilości danych.
- Google Tag Manager: Wszechstronne narzędzie do zarządzania tagami.
- Zastosowanie SDK w aplikacjach mobilnych: Jak wykorzystać Software Development Kit.
- Automatyzacja kampanii w Ads Managerze z pomocą skryptów.
- Integracja Facebook Pixel z CRM: Połączenie śledzenia konwersji z systemem zarządzania relacjami z klientami.
- Zaawansowane funkcje Google Tag Manager w kampaniach Facebookowych: Zarządzanie tagami reklamowymi i monitorowanie konwersji.
- Optymalizacja katalogu produktów pod kątem zrównoważonego rozwoju: Jak tworzyć i zarządzać katalogiem produktów na Facebooku, aby promować ekologiczne rozwiązania oraz minimalizować ślad węglowy w procesie sprzedaży online.
- Automatyzacja kampanii reklamowych z użyciem skryptów w Ads Managerze.
- Nowoczesne narzędzia wspomagające skuteczne i etyczne docieranie do ekologicznie świadomych grup odbiorców.
- Zielone technologie w reklamie: Wprowadzenie do narzędzi, które redukują negatywny wpływ marketingu cyfrowego na środowisko.

#### **BLOK 6: Konfiguracja sklepu i katalogu produktów na Facebooku: Zrównoważone i odpowiedzialne zarządzanie ofertą produktową**

- Ustawienia sklepu oraz jego kluczowe elementy
- Zarządzanie katalogiem produktów
- Dynamiczne reklamy produktowe (DPA) i efektywność remarketingu
- Integracja sklepu na Facebooku z systemami e-commerce
- Wykorzystanie zaawansowanych opcji zarządzania katalogiem produktów w celu poprawy wyników sprzedaży
- Analiza wyników sprzedaży z kampanii DPA: Metody optymalizacji kampanii w celu maksymalizacji zwrotu z inwestycji (ROI)
- Sprzedaż produktów ekologicznych na Facebooku: Jak skutecznie wykorzystać platformę do promocji produktów przyjaznych środowisku
- Ekologiczne strategie dla dynamicznych reklam (DPA): Tworzenie kampanii remarketingowych z naciskiem na zrównoważony rozwój.

#### **BLOK 7: Kreatywność w reklamach: Odpowiedzialne i innowacyjne podejście w zrównoważonym marketingu**

- Tworzenie kreatywnych treści promujących zrównoważony rozwój: Jak wykorzystywać innowacyjne formaty reklamowe do promowania działań ekologicznych i produktów przyjaznych środowisku, zwiększając jednocześnie zaangażowanie odbiorców.

Objętość godzinowa pierwszego dnia: 11 h dydaktycznych (11h x 45 min łącznie z przerwami), co stanowi 8h i 15h w przeliczeniu na godziny zegarowe.

#### **PROGRAM DRUGIEGO DNIA SZKOLENIA:**

#### **BLOK 8: Marketing na Messengerze: Zrównoważone podejście do wykorzystania botów, AI i Metaverse w strategiach marketingowych**

- Messenger jako narzędzie promocji i komunikacji marketingowej
- Ustawienie Messengera dla potrzeb firmowych
- Obsługa klienta za pomocą Messengera
- Automatyzacja rozmów z klientami
- Wstęp do botów Facebooka
- Zaawansowane metody angażowania użytkowników
- Łączenie Messengera z innymi narzędziami marketingowymi
- Przykłady skutecznych kampanii marketingowych na Messengerze
- Personalizacja interakcji dzięki botom: Tworzenie spersonalizowanych ścieżek komunikacyjnych, które odpowiadają na indywidualne potrzeby użytkowników.
- Zrównoważone kampanie na Messengerze: Jak wykorzystać boty i AI do promowania ekologicznych produktów i usług, jednocześnie dbając o minimalizację śladu węglowego w komunikacji z klientami.
- Monitorowanie i analiza interakcji z botami: Wykorzystanie narzędzi analitycznych do śledzenia działań użytkowników z botami i optymalizacji ich wydajności, poprawiając doświadczenia użytkownika (UX).
- Integracja botów Messenger z e-commerce: Używanie botów do prowadzenia klientów przez proces zakupowy bez opuszczania platformy Messenger.
- Automatyzacja obsługi klienta: Wykorzystanie botów Messenger do automatyzacji procesów obsługi.
- Edukacyjne boty: Projektowanie botów dostarczających wartościowe informacje o działaniach ekologicznych.

#### **BLOK 9: Sztuczna inteligencja i Metaverse: Zrównoważone technologie w etycznym i ekologicznym środowisku cyfrowym**

- Wykorzystanie AI do tworzenia ekologicznych kampanii: Jak sztuczna inteligencja może pomóc w optymalizacji kampanii, redukując zużycie zasobów i wspierając zrównoważony rozwój w działaniach marketingowych.
- Narzędzia oparte na AI dla menedżerów mediów społecznościowych
- Usprawnienie procesów pracy za pomocą sztucznej inteligencji

#### **BLOK 10: Lejki sprzedażowe i taktyki remarketingowe: Odpowiedzialna optymalizacja kampanii reklamowych z uwzględnieniem ekologicznych zasad marketingu**

- Działania marketingowe w sektorach B2C i B2B
- Zastosowanie niestandardowych grup docelowych
- Połączenie z Google Analytics
- Udoskonalanie lejków sprzedażowych poprzez analizę danych: Wykorzystanie zaawansowanych narzędzi analitycznych do poprawy efektywności i wydajności ścieżek sprzedażowych.
- Zintegrowane strategie remarketingowe w wielu kanałach: Łączenie kampanii remarketingowych w różnych cyfrowych kanałach w celu zwiększenia konwersji.
- Testy A/B w lejkach sprzedażowych: Zastosowanie testów A/B do optymalizacji elementów takich jak strony docelowe, formularze kontaktowe i oferty.
- Włączenie zielonych umiejętności i produktów do lejków sprzedażowych.
- Opracowanie strategii remarketingowych zmniejszających negatywny wpływ na środowisko dzięki efektywnemu zarządzaniu zasobami.

#### **BLOK 11: Optymalizacja kampanii reklamowych: Ekologiczne i etyczne strategie zwiększania efektywności marketingowej**

- Monitorowanie zwrotu z inwestycji reklamowej (ROAS) oraz analiza kosztów kampanii

*Ciąg dalszy opisu zamieszczono w polu z większym limitem znaków tj. "Informacja o materiałach dla uczestników usługi".*

## Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 19

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>1 z 19</b> BLOK 1: Facebook i Instagram w strategiach współczesnego marketingu – zrównoważony rozwój i efektywne użycie algorytmów	Barbara Piekarz	02-12-2024	08:00	09:30	01:30
<b>2 z 19</b> BLOK 2: Algorytmy Facebooka i Instagrama – klucz do zrównoważonego marketingu i odpowiedzialnych działań biznesowych	Barbara Piekarz	02-12-2024	09:30	11:00	01:30
<b>3 z 19</b> Przerwa	Barbara Piekarz	02-12-2024	11:00	11:15	00:15
<b>4 z 19</b> BLOK 3: Meta Ads – zrównoważone kampanie reklamowe i efektywne wykorzystanie zasobów	Barbara Piekarz	02-12-2024	11:15	12:45	01:30
<b>5 z 19</b> Przerwa obiadowa	Barbara Piekarz	02-12-2024	12:45	13:15	00:30
<b>6 z 19</b> BLOK 4: Podstawy zakupu przestrzeni reklamowej w Meta Ads: Etyczne i odpowiedzialne metody alokacji zasobów na reklamy	Barbara Piekarz	02-12-2024	13:15	14:45	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>7 z 19</b> BLOK 5: Ekologiczne rozwiązania, konfiguracja sklepu oraz katalogu produktów na Facebooku, a także kreatywne i odpowiedzialne podejście w tworzeniu reklam	Barbara Piekarz	02-12-2024	14:45	15:30	00:45
<b>8 z 19</b> BLOK 6: Konfiguracja sklepu i katalogu produktów na Facebooku: Zrównoważone i odpowiedzialne zarządzanie ofertą produktową	Barbara Piekarz	02-12-2024	15:30	16:00	00:30
<b>9 z 19</b> BLOK 7: Kreatywność w reklamach: Odpowiedzialne i innowacyjne podejście w zrównoważonym marketingu	Barbara Piekarz	02-12-2024	16:00	16:15	00:15
<b>10 z 19</b> BLOK 8: Marketing na Messengerze: Zrównoważone podejście do wykorzystania botów, AI i Metaverse w strategiach marketingowych	Barbara Piekarz	03-12-2024	08:00	09:30	01:30
<b>11 z 19</b> BLOK 9: Sztuczna inteligencja i Metaverse: Zrównoważone technologie w etycznym i ekologicznym środowisku cyfrowym	Barbara Piekarz	03-12-2024	09:30	11:00	01:30



Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>12 z 19</b> Przerwa	Barbara Piekarz	03-12-2024	11:00	11:15	00:15
<b>13 z 19</b> BLOK 10: Lejki sprzedażowe i taktyki remarketingowe: Odpowiedzialna optymalizacja kampanii reklamowych z uwzględnieniem ekologicznych zasad marketingu	Barbara Piekarz	03-12-2024	11:15	12:45	01:30
<b>14 z 19</b> Przerwa obiadowa	Barbara Piekarz	03-12-2024	12:45	13:15	00:30
<b>15 z 19</b> BLOK 11: Optymalizacja kampanii reklamowych: Ekologiczne i etyczne strategie zwiększania efektywności marketingowej	Barbara Piekarz	03-12-2024	13:15	14:30	01:15
<b>16 z 19</b> BLOK 12: Analiza i monitoring kampanii: Zrównoważone i odpowiedzialne podejście do kampanii na WhatsApp	Barbara Piekarz	03-12-2024	14:30	15:00	00:30
<b>17 z 19</b> BLOK 13: Skuteczne kampanie marketingowe na WhatsApp: Zrównoważone strategie i ekologiczne podejście do komunikacji	Barbara Piekarz	03-12-2024	15:00	15:30	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>18 z 19</b> BLOK 14: Narzędzia wspierające działania marketingowe	Barbara Piekarz	03-12-2024	15:30	16:00	00:30
<b>19 z 19</b> Test walidacyjny	-	03-12-2024	16:00	16:15	00:15

## Cennik

### Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	4 500,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	4 500,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	204,55 PLN
Koszt osobogodziny netto	204,55 PLN

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



**1 z 1**

### Barbara Piekarz

Ukończyła studia podyplomowe z zakresu Coaching for Life and Business na Wyższa Szkoła Handlowa im. Wojciecha Korfańskiego w Katowicach oraz studia podyplomowe z zakresu Menedżer e-commerce i social media na Uniwersytecie Ekonomicznym w Katowicach. Zawodowo marketingiem zajmuje się od 8 lat. Od 2010 r. specjalizuje się w marketingu i PR, zarówno w działach firmowych, jak i prowadząc od 2019 r. własną działalność. Posiada bogate wykształcenie i certyfikaty z zakresu marketingu internetowego. Specjalizuje się w zarządzaniu mediami społecznościowymi, skutecznym prowadzeniu kampanii reklamowych online oraz głębokiej analityce internetowej. Jej celem jest zapewnienie Klientom efektywnego wykorzystania narzędzi cyfrowych, optymalizując strategię i działania, by osiągnąć najlepszy zwrot z inwestycji.

Współpracując z nią, Klienci

gwarantują sobie wsparcie techniczne i zaangażowanego partnera biznesowego.

REFERENCJE •Szkolenie dla firmy Usługi Transportowe Jarosław Lewandowski, 20h szkoleniowych (z dnia 12.12.2021r.);

•Szkolenie dla firmy GROW OUTDOOR Katarzyna Muzyczyszyn, 30h szkoleniowych (z dnia 16.02.2022 r.);

W ramach projektu „Akademia profesjonalistów – podnoszenie kwalifikacji zawodowych mieszkańców województwa śląskiego” 02-05 2022r., 50h szkoleniowych (z dnia 01.06.2022r.). Od 2024 r. trenerka posiada udokumentowaną wiedzę z zakresu zrównoważonego rozwoju.

# Informacje dodatkowe

## Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Autorskie skrypty dostępne w wersji cyfrowej dla każdego uczestnika. **Wszelkie materiały zostają zapewnione przez Usługodawcę.**

*CIĄG DALSZY OPISU POLA "Ramowy program usługi":*

### **BLOK 12: Analiza i monitoring kampanii: Zrównoważone i odpowiedzialne podejście do kampanii na WhatsApp**

- Różnorodne raporty i kluczowe wskaźniki efektywności w MetaAds
- Ocena organicznych działań i skuteczności publikowanych treści
- Pozyskiwanie informacji o odbiorcach i ich zachowaniach
- Wykorzystanie nowoczesnych narzędzi do zaawansowanej wizualizacji danych
- Monitorowanie w czasie rzeczywistym: Wdrożenie systemów pozwalających na natychmiastową reakcję na zmiany w wynikach kampanii
- Segmentacja odbiorców przy użyciu zaawansowanych technik
- Rozwój ekologicznych metod monitorowania, które zmniejszają ilość przetwarzanych danych, ograniczając wpływ na środowisko
- Analiza wpływu kampanii marketingowych na środowisko naturalne
- Optymalizacja kampanii na WhatsApp pod kątem zrównoważonego rozwoju: Jak dostosowywać kampanie, aby minimalizować zużycie energii i zasobów cyfrowych, przy jednoczesnym zwiększeniu efektywności działań marketingowych.
- Ustalanie wskaźników KPI uwzględniających zarówno cele biznesowe, jak i wpływ na ekosystem.

### **BLOK 13: Skuteczne kampanie marketingowe na WhatsApp: Zrównoważone strategie i ekologiczne podejście do komunikacji**

- Wstęp do WhatsApp Business i jego zastosowań w kampaniach reklamowych

### **BLOK 14: Narzędzia wspierające działania marketingowe**

- Rekomendowane wtyczki i aplikacje
- Narzędzia, które usprawniają pracę menedżerów mediów społecznościowych
- Integracja z aplikacjami do zarządzania zadaniami, takimi jak Trello czy Asana, aby efektywniej organizować pracę zespołów marketingowych
- Wykorzystanie technologii chmurowych do przechowywania i współdzielenia materiałów reklamowych w ramach zespołu
- Narzędzia do analizy konkurencji, takie jak SEMrush i SpyFu, umożliwiające lepsze zrozumienie trendów rynkowych i dopasowanie strategii marketingowych
- Stosowanie energooszczędnych technologii w zarządzaniu mediami społecznościowymi, które minimalizują zużycie energii
- Integracja z aplikacjami o zielonych funkcjach
- Edukacja na temat ekologicznych wtyczek do przeglądarek, które zmniejszają ślad węglowy, np. blokując niepotrzebne skrypty i optymalizując zużycie danych podczas korzystania z internetu.

### **TEST WALIDACYJNY.**

Objętość godzinowa drugiego dnia: 11 h dydaktycznych (11 x 45 min łącznie z przerwami), co stanowi 8h i 15 min w przeliczeniu na godziny zegarowe.

Łączna liczba godzin szkoleniowych: 22h dydaktyczne (tj. 22h x 45 min) co jednocześnie stanowi 16h i 30 min w ujęciu zegarowym (wg automatycznego przeliczenia harmonogramu dokonywanego przez system BUR, niezależnie od Dostawcy Usług).

Szkolenie będzie łączyć teoretyczną część merytoryczną z warsztatami praktycznymi, co umożliwi bieżące dostosowywanie narzędzi i rozwiązań do specyficznych potrzeb uczestników. Najważniejsze zagadnienia będą indywidualnie dopasowywane do oczekiwań grupy, z uwzględnieniem tempa przyswajania wiedzy i predyspozycji każdego z uczestników do pracy nad poszczególnymi tematami. W razie potrzeby materiał może zostać powtórzony lub kolejność zadań zmieniona, aby jak najlepiej spełnić potrzeby grupy. Czas trwania przerwy będzie elastycznie modyfikowany w zależności od postępu w realizacji programu, percepcji uczestników oraz ich potrzeb, a także preferencji trenera.

W przerwach w trakcie szkolenia uczestnicy mogą skorzystać z dodatkowych konsultacji merytorycznych z trenerem, jeśli zechcą wykorzystać ten czas właśnie w takim celu.

Dzięki udziałowi w usłudze Uczestnik stanie się aktywną i świadomą problemów sprawiedliwości klimatycznej częścią składową społeczeństwa obywatelskiego zgodnie z zasadami partycypacji obywatelskiej oraz zrównoważonego rozwoju.

Dzięki komplementarnej strukturze programu usługa prowadzi do nabycia zielonych kompetencji – umiejętności o charakterze ogólnym, wpływających pozytywnie na zwiększanie efektywności energetycznej i surowcowej, ograniczanie emisji gazów cieplarnianych, minimalizację odpadów i zanieczyszczeń, ochronę i odtwarzanie ekosystemów oraz wspomaganie adaptacyjności do skutków zmian klimatu, równocześnie przyczyniając się do zachowania lub przywrócenia stanu środowiska. Realizacja celu edukacyjnego oraz programu prowadzi do nabycia zielonych umiejętności. Nabyte w efekcie uczestnictwa w usłudze: wiedza, umiejętności i kompetencje społeczne mają charakter ogólny i są niezbędne do pracy w sektorze zielonej gospodarki, czyli takiej, która jest oparta na odnawialnych źródłach energii, nowoczesnych technologiach ukierunkowanych na niskoemisyjność i zasobooszczędność, a także na zarządzaniu środowiskowym w przedsiębiorstwach, niezależnie od tego, czy dotyczą tradycyjnych, czy nowych rozwijających się „zielonych” sektorów.

#### **1. Zrównoważony rozwój w marketingu cyfrowym:**

- W **Bloku 1** uczestnicy poznają strategie marketingowe na Facebooku i Instagramie, które integrują zrównoważony rozwój i odpowiedzialne działania biznesowe. Zastosowanie narzędzi Meta pozwala na minimalizację zużycia energii i zasobów cyfrowych, co wpisuje się w ekologiczne podejście do marketingu.

#### **2. Minimalizacja śladu węglowego w kampaniach reklamowych:**

- W programie poruszane są kwestie związane z optymalizacją kampanii pod kątem redukcji śladu węglowego, co ma na celu minimalizowanie negatywnego wpływu działań marketingowych na środowisko (Blok 1, 3, 12). Stosowanie algorytmów i narzędzi optymalizacyjnych w Meta Ads pozwala na efektywne zarządzanie zasobami w sposób odpowiedzialny ekologicznie.

#### **3. Ekologiczne kampanie reklamowe:**

- Program uczy tworzenia reklam produktów ekologicznych, z recyklingu i upcyklingu (Blok 3, 6). Uczestnicy szkolenia będą wiedzieć, jak projektować kampanie wspierające promowanie zrównoważonych produktów i usług.

#### **4. Zielone technologie:**

- **Bloki 5 i 14** wprowadzają uczestników w zaawansowane technologie wspierające kampanie reklamowe z naciskiem na zrównoważony rozwój. Omawiane są narzędzia, które wspierają ekologiczne podejście w reklamie, redukując negatywny wpływ marketingu cyfrowego na środowisko.

#### **5. Świadomość ekologiczna i edukacja:**

- Program kładzie duży nacisk na tworzenie treści edukacyjnych związanych z ekologią, zarówno w zakresie promowania działań zrównoważonych, jak i organizowania zielonych wydarzeń na Facebooku (Blok 1, 7). Uczestnicy uczą się, jak skutecznie zwiększać świadomość ekologiczną swoich odbiorców.

#### **6. Odpowiedzialna alokacja zasobów reklamowych:**

- W **Bloku 4** omawiane są etyczne metody zarządzania budżetem kampanii, co pozwala na optymalne wykorzystanie zasobów w sposób odpowiedzialny społecznie i ekologicznie. Etyczne podejście do alokacji zasobów wpływa na poprawę efektywności kampanii oraz minimalizację niepotrzebnego zużycia zasobów.

#### **7. Wykorzystanie AI i botów w zrównoważonych kampaniach:**

- **Blok 8 i 9** koncentrują się na zastosowaniu sztucznej inteligencji (AI) i botów do tworzenia zrównoważonych kampanii. AI pomaga w optymalizacji zasobów, a boty wspierają automatyzację procesów przy jednoczesnym minimalizowaniu śladu węglowego.

#### **8. Ekologiczne narzędzia i technologie:**

- W **Bloku 14** omawiane są narzędzia, które usprawniają pracę menedżerów mediów społecznościowych, takie jak chmura czy narzędzia do zarządzania zadaniami. Zwraca się uwagę na energooszczędne technologie oraz ekologiczne wtyczki, które redukują zużycie zasobów i minimalizują ślad węglowy.

#### **9. Odpowiedzialny remarketing i segmentacja:**

- W **Bloku 10** uczestnicy dowiadują się, jak tworzyć lejki sprzedażowe i strategie remarketingowe, które minimalizują negatywny wpływ na środowisko poprzez efektywne wykorzystanie zasobów i uwzględnienie zrównoważonych produktów w kampaniach.

W związku z tym program szkolenia prowadzi do nabycia zielonych kompetencji, gdyż dostarcza nie tylko praktycznych umiejętności marketingowych, ale także rozwija kompetencje związane z ekologią, ochroną środowiska i odpowiedzialnością społeczną, kluczowe dla pracy w zielonej gospodarce.

\*\*\*\*\*

## INFORMACJE DODATKOWE DLA OPERATORA:

- dot. osoby walidującej

Dostawca usługi inf., że niniejsza karta zawiera dane osoby walidującej (imię i nazwisko, e-mail, opis doświadczenia). Jednak ze względu na sposób zaprojektowania systemu BUR przez PARP, dane są niewidoczne w opublikowanej Karcie usługi. Nie stanowi to błędu.

Wyjaśnienie: zgodnie z aktualną wersją dokumentu autorstwa PARP pn. „Karta Usługi wraz z instrukcją jej wypełniania – Usługa szkoleniowa” (strona 51), będącej Załącznikiem nr 2 do Regulaminu Bazy Usług Rozwojowych (BUR):

*„Uwaga: Dane dotyczące osoby walidującej, będą widoczne wyłącznie dla Administratora BUR oraz Administratora Regionalnego.”*

Komentarz Dostawcy Usług: zatem z przyczyn technicznych leżących po stronie systemu BUR (a więc niezależnych od Dostawcy usług), w opublikowanej w BUR karcie usługi nikt poza w/w w Instrukcji osobami nie jest w stanie zobaczyć danych osoby walidującej.

- dot. efektów kształcenia:

Efekty kształcenia zostały opracowane w oparciu o informacje opublikowane na stronie operatora tj. Załącznik 4. *Wykaz przykładowych zielonych umiejętności, opracowany przez Komisję Europejską w ramach klasyfikacji ESCO w ramach Konkursu Utworzenie i wsparcie funkcjonowania 120 branżowych centrów umiejętności (BCU), realizujących koncepcję centrów doskonałości zawodowej (CoVEs) – konkurs uzupełniający.*

## Warunki uczestnictwa

Maksymalna liczba uczestników to 18 osób, aby zagwarantować optymalne warunki szkoleniowe. Limit ten nie tylko zapewnia bezpośredni kontakt z trenerem i indywidualne podejście, ale również umożliwia aktywny udział każdego uczestnika w dyskusjach i ćwiczeniach praktycznych. Dodatkowo, grupa ograniczona do max 18 uczestników pozwala na bardziej efektywne zarządzanie czasem oraz lepszą dynamikę grupy, co sprzyja wymianie doświadczeń i wiedzy między uczestnikami.

## Informacje dodatkowe

Cena szkolenie nie zawiera kosztów noclegu czy dojazdu/transportu (uczestnik ponosi we własnym zakresie).

Usługa obejmuje łącznie 2 dni tj. 22 godziny dydaktyczne (1 godzina dydaktyczna = 45 min).

Usługa jest zwolniona z podatku VAT na podstawie § 3 ust. 1 pkt 14 Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20 grudnia 2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień.

## Adres

ul. Stanisława Moniuszki 7/sala nr 1

40-005 Katowice

woj. śląskie

Centrum biurowo-konferencyjne MONIUSZKI7.

Zgodnie z Zał. 2 do Regulaminu Bazy Usług Rozwojowych (PARP) obowiązującym Dostawcę Usługi:

1. W harmonogr. należy uwzględnić przerwy w usłudze (uwzględniono),w przyp. ich występowania oraz wskazać czy są one wliczone w czas usługi rozwojowej (są wliczone, uzasadniono dłaczego).
2. Lb. godz.w harmonogr. powinna być co do zasady zgodna z lb. godz. wskazaną w polu „Liczba godzin usługi” (jest zgodna,wyjaśniono również skąd wynika różnica między godz. dydaktycznymi a zegarowymi).
3. Pole „Liczba godzin usługi”-w przyp.,gdy usługa realizowana jest godz. dydaktycznych,należy wpisać liczbę godz. dydaktycznych (wpisano liczbę 22h dydaktycznych).
4. Program usługi powinien: wskazywać czy usługa jest realizowana w godz. dydakt. czy zegarowych (wskazano dydaktyczne; dodatkowo przeliczono na zegarowe); wskazywać,czy przerwy w usłudze są wliczone w czas usługi rozwojowej (wskazano, że są wliczone).

Karta usługi spełnia zatem wszystkie powyższe w/w wymogi.

## Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Wi-fi

## Kontakt



**Wojciech Zinkolo**

**E-mail** [cinkolak@wp.pl](mailto:cinkolak@wp.pl)

**Telefon** (+48) 606 654 209