



## WSTĘP DO TWORZENIA, PLANOWANIA I WDRAŻANIA STRATEGII KOMUNIKACJI MARKI W SOCIAL MEDIACH

Numer usługi 2024/11/15/51416/2414104

1 440,00 PLN brutto

1 440,00 PLN netto

90,00 PLN brutto/h

90,00 PLN netto/h

Centrum

Kształcenia

Zawodowego

"WURBEX" Bożena

Palarczyk-Kłobuch



📍 Wadowice / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 16 h

📅 28.11.2024 do 29.11.2024

## Informacje podstawowe

<b>Kategoria</b>	Inne / Edukacja
<b>Sposób dofinansowania</b>	wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
<b>Grupa docelowa usługi</b>	Specjaliści ds. marketingu, menedżerowie ds. komunikacji, osoby odpowiedzialne za strategię social media oraz pracownicy działu komunikacji firm B2B.
<b>Minimalna liczba uczestników</b>	1
<b>Maksymalna liczba uczestników</b>	5
<b>Data zakończenia rekrutacji</b>	27-11-2024
<b>Forma prowadzenia usługi</b>	stacjonarna
<b>Liczba godzin usługi</b>	16
<b>Podstawa uzyskania wpisu do BUR</b>	Znak Jakości TGLS Quality Alliance

## Cel

### Cel edukacyjny

Celem kursu jest przygotowanie kursantów do samodzielnego opracowania i wdrożenia strategii komunikacji w mediach społecznościowych dla marki B2B, uwzględniającej specyfikę branży oraz potrzeby grupy docelowej. Uczestnik będzie potrafił planować i tworzyć angażujące treści, analizować wyniki działań oraz optymalizować strategię na podstawie

zebranych danych oraz zarządzać sytuacjami kryzysowymi w mediach społecznościowych i wykorzystywać aktualne trendy do zwiększenia zasięgów.

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

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik posiada umiejętność stworzenia kompleksowej strategii komunikacji marki w mediach społecznościowych.	Samodzielne opracowanie zarysu strategii.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Uczestnik zna podstawowe funkcje aplikacji Canva i CapCut i umie z ich pomocą opracować content do social mediów	Uczestnik przygotowuje posty w różnych formatach graficznych i video.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik wie, gdzie znaleźć podstawowe źródła danych i jak je zinterpretować.	Przeanalizowanie efektywności dotychczasowych działań na podstawie przykładu zaprezentowanego przez szkoleniowca	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Uczestnik umie zaplanować oraz wdrożyć kampanię reklamową w serwisie Facebook oraz LinkedIn.	Przygotowanie media planu oraz uruchomienie kampanii testowej.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik zna zasady zarządzania kryzysem wizerunkowym w social mediach.	Przygotowanie przykładowego scenariusza działań na podstawie opracowanego przez szkoleniowca case study.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik posiada zdolność obserwacji, analizy i wdrożenia trendów w social mediach.	Wybór jednego dominującego trendu i zaproponowanie jego adaptacji na potrzeby marki.	Obserwacja w warunkach symulowanych

## 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 szczegółowy 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 kryteria zdefiniowane w efektach uczenia.

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

Tak, dokument potwierdza rozdzielenie procesów kształcenia od walidacji. Walidacja umiejętności odbywa się poprzez niezależny egzamin, który ocenia efekty uczenia się, oddzielając proces nauki od oceny końcowej.

## Program

Lp.	PRZEDMIOT	LICZBA GODZIN
1.	Wstęp do komunikacji w mediach społecznościowych (rola SM w marketingu, przegląd platform i pojęć)	2
2.	Planowanie strategii komunikacji w SM (cele, grupy docelowe, strategia treści w zależności od medium, planowanie kampanii)	3
3.	Tworzenie treści w SM (formaty, zasady tworzenia treści, dobre praktyki, narzędzia)	2
4.	Analiza danych i optymalizacja działań (wskaźniki, analiza wyników, optymalizacja treści na podstawie danych)	2
5.	Kampania reklamowa w SM (narzędzia, targetowanie, budżet, optymalizacja)	2
6.	Zarządzanie kryzysowe w SM (reagowanie, komunikacja, dobre praktyki, przykłady)	2
7.	Trendy w SM (video, influencerzy, AI, narzędzia) Warsztaty	1
8.	<b>Test wiedzy w ramach walidacji.</b>	2
<b>Razem:</b>		<b>16</b>

\* w godzinach lekcyjnych trwających 45 minut

## Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 9

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>1 z 9</b> Wstęp do komunikacji w mediach społecznościowych (rola SM w marketingu, przegląd platform i pojęć).	Natalia Wiśniowska	28-11-2024	10:00	11:30	01:30
<b>2 z 9</b> Planowanie strategii komunikacji w SM (cele, grupy docelowe, strategia treści w zależności od medium, planowanie kampanii).	Natalia Wiśniowska	28-11-2024	11:30	13:45	02:15
<b>3 z 9</b> Tworzenie treści w SM (formaty, zasady tworzenia treści, dobre praktyki, narzędzia).	Natalia Wiśniowska	28-11-2024	14:00	15:30	01:30
<b>4 z 9</b> Analiza danych i optymalizacja działań (wskaźniki, analiza wyników, optymalizacja treści na podstawie danych)	Natalia Wiśniowska	28-11-2024	15:30	16:15	00:45
<b>5 z 9</b> Analiza danych i optymalizacja działań (wskaźniki, analiza wyników, optymalizacja treści na podstawie danych)	Natalia Wiśniowska	29-11-2024	10:00	10:45	00:45
<b>6 z 9</b> Kampania reklamowa w SM (narzędzia, targetowanie, budżet, optymalizacja)	Natalia Wiśniowska	29-11-2024	10:45	12:15	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>7 z 9</b> Zarządzanie kryzysowe w SM (reagowanie, komunikacja, dobre praktyki, przykłady)	Natalia Wiśniowska	29-11-2024	12:30	14:00	01:30
<b>8 z 9</b> Trendy w SM (video, influencerzy, AI, narzędzia) Warsztaty	Natalia Wiśniowska	29-11-2024	14:00	14:45	00:45
<b>9 z 9</b> Test wiedzy w ramach walidacji.	-	29-11-2024	14:45	16:15	01:30

## Cennik

### Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt usługi brutto	1 440,00 PLN
Koszt usługi netto	1 440,00 PLN
Koszt godziny brutto	90,00 PLN
Koszt godziny netto	90,00 PLN

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



**1 z 1**

### Natalia Wiśniowska

a) wykształcenie: Wyższa Szkoła Pedagogiczna im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie, Wydział Humanistyczny uzyskanie tytułu magistra na kierunku historia oraz licencjata na kierunku geNatalia Wiśniowska - z branżą marketingu internetowego związana od 2010 roku. W ramach pracy agencyjnej oraz na zasadzie konsultacji zewnętrznych realizowała działania zarówno z zakresu tworzenia strategii komunikacji online, jak i wykonawczo działania content marketingowe, PR oraz social media.

Od 6 lat współwłaścicielka agencji marketingu online Pisane Razem

Wykształcenie:

socjologia, studia magisterskie, Uniwersytet Jagielloński  
zarządzanie projektem marketingowym, studia podyplomowe, Wyższa Szkoła Europejska  
public relations, studia podyplomowe, Wyższa Szkoła Europejska

b) doświadczenie: 22 lata pracy w zawodzie nauczyciela.

c) kompetencje społeczne i metodyczne: minimum 2 letnie doświadczenie w prowadzeniu kursów.

Ponad 700 godzin w prowadzeniu kursu Pedagogicznego dla instruktorów praktycznej nauki zawodu i formach pozaszkolnych, kursu przygotowawczego dla opiekunów placówek wypoczynku dla dzieci i młodzieży, kursu instruktorskiego dla kierowników placówek wypoczynku dzieci i młodzieży oraz kursu opiekuna w żłobku lub klubie dziecięcym.

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Nie przewiduje się materiałów szkoleniowych. Uczestnicy własnoręcznie tworzą notatki.

### Warunki uczestnictwa

Wymagana jest podstawowa wiedza z zakresu marketingu online.

### Informacje dodatkowe

Po zakończeniu szkolenia uczestnik otrzyma zaświadczenie wydane na podstawie §23 ust.4 rozporządzenia Ministra Edukacji i Nauki z dnia 6 października 2023 r. w sprawie kształcenia ustawicznego w formach pozaszkolnych (Dz. U. poz. 2175).

## Adres

ul. Wojska Polskiego 29

34-100 Wadowice

woj. małopolskie

Zajęcia będą odbywać się w PONAR ul. Wojska Polskiego 29, 34-100 Wadowice w budynku B sala B108 oraz sala STREFA HISTORII.

Osoba do kontaktu - Joanna Wyrwa tel. 512 157 242

Zgodnie z Regulaminem Ochrony Obiektu Agencji Ochrony Goście/osoby z zewnątrz/firmy zewnętrzne mogą przebywać na terenie zakładu na podstawie ustnego, bądź pisemnego zezwolenia upoważnionego pracownika Ponar Wadowice S.A. do którego przybyła osoba/firma z zewnątrz.

Po zgłoszeniu się Gościa na portierni pracownik dozoru zobowiązany jest:

- a. Przeprowadzić wstępny wywiad z gościem/osobą z zewnątrz.
- b. Prosić o okazanie dowodu osobistego lub innego dokumentu ze zdjęciem, na podstawie którego będzie miała możliwość wiarygodnego potwierdzenia danych osobowych....

Pełna treść regulaminu udostępniona może zostać przez osobę do kontaktu (karolina.klobuch@wurbex.com.pl)

### Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

## Kontakt



**Karolina Kłobuch**

**E-mail** [karolina.klobuch@wurbex.com.pl](mailto:karolina.klobuch@wurbex.com.pl)

**Telefon** (+48) 691 478 261