

**SOCIAL MEDIA- BUDOWANIE MARKI I
SPRZEDAŻ USŁUG**

Numer usługi 2024/12/15/158870/2464815

5 000,00 PLN brutto
5 000,00 PLN netto
312,50 PLN brutto/h
312,50 PLN netto/h

VITA COMPLEX
SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚĆ
CIĄ
★★★★★

📍 Gliwice / stacjonarna
🏠 Usługa szkoleniowa
🕒 16 h
📅 10.05.2025 do 11.05.2025

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Sposób dofinansowania	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Szkolenie skierowane jest do osób fizycznych, właścicieli małych i średnich przedsiębiorstw planujących rozwijać działalność przy pomocy social mediów, pracowników różnych branż, którzy chcą rozwijać swoje umiejętności w zakresie budowania marki w social mediach oraz wszystkich osób zainteresowanych rozwojem w zakresie social mediów
Minimalna liczba uczestników	10
Maksymalna liczba uczestników	20
Data zakończenia rekrutacji	30-04-2025
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	16
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

Po ukończeniu szkolenia uczestnik rozumie kluczowe zasady komunikacji marki w mediach społecznościowych, wraz z ich zaletami i wadami. Samodzielnie posługuje się narzędziami promocyjnymi, które wspierają realizację określonych celów reklamowych. Posiada umiejętności analizy wyników działań w social mediach. Uczestnik zdobędzie umiejętności rozpoznawania skutecznych oraz nieskutecznych praktyk komunikacyjnych w mediach społecznościowych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Wyjaśni kluczowe terminy i pojęcia związane z social mediami, takie jak engagement, reach, CTR (click-through rate), ROI (return on investment) itp.	Uczestnik opisuje i prawidłowo używa terminy związane z social mediami	Test teoretyczny
Opracowuje kompleksową strategię social media, uwzględniającą cele biznesowe, analizę rynku, segmentację odbiorców oraz plan działań i harmonogram publikacji	Uczestnik rozpoznaje i wyjaśnia na czym polega kompleksowa strategia w social mediach - określa cele biznesowe oraz dokonuje analizy rynku	Wywiad swobodny
Wskazuje w jaki sposób zarządzać kontami na różnych platformach social media, takich jak Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, TikTok itp. oraz potrafi tworzyć i kuratować angażujące treści, dostosowane do specyfiki poszczególnych platform social media, w tym teksty, grafiki, video i infografiki	Uczestnik wymienia platformy social media - efektywnie zarządza kontami na platformach społecznościowych - zna specyfikę poszczególnych platform social media oraz potrafi tworzyć treści zgodnie ze specyfiką platformy	Wywiad swobodny
Analizuje dane z narzędzi analitycznych social media (np. Clarity, Twitter Analytics, Google Analytics) oraz tworzyć raporty, które prezentują wyniki działań i proponują rekomendacje na przyszłość	Uczestnik wskazuje dane i tworzy kompleksowe raporty o stanie faktycznym i prognozach	Wywiad swobodny
Tworzy, zarządza i optymalizuje kampanie reklamowe na platformach social media, z uwzględnieniem targetowania, budżetowania i analizy efektywności	Uczestnik przedstawia kampanie reklamowe po uwzględnieniu i przeanalizowaniu niezbędnych danych - optymalizuje oraz efektywnie zarządza stworzonymi kampaniami reklamowymi	Test teoretyczny
Omawia techniki zarządzania sytuacjami kryzysowymi w social media, potrafi szybko reagować na negatywne komentarze i opinie oraz opracować plan zarządzania kryzysowego	Uczestnik objaśnia plan zarządzania kryzysowego - zna techniki zarządzania kryzysowego	Wywiad swobodny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Wskazuje i stosuje zasady etyki oraz przepisy prawne związane z prowadzeniem działań w social media, w tym ochronę danych osobowych, prawa autorskie oraz regulaminy poszczególnych platform	Uczestnik stosuje się do odpowiednich regulacji prawnych w tym RODO, regulaminów platform	Test teoretyczny
Identyfikuje odpowiednich influencerów dla swojej marki, nawiązuje z nimi współpracę oraz monitoruje efektywność tych działań	Uczestnik prawidłowo identyfikuje osoby do współpracy - prawidłowo monitoruje efektywność podjętych działań	Obserwacja w warunkach symulowanych
Referuje, jak działania w social media wpisują się w szerszą strategię marketingową firmy i jak mogą wspierać inne kanały marketingowe	Uczestnik wymienia charakterystykę działania social mediów oraz ich rolę w strategii marketingowej firmy	Wywiad swobodny
Rozstrzyga dylematy związane z wykonywaniem pracy w SOCIAL MEDIA	Uczestnik wyznacza sobie cele i realizuje definiuje znaczenie komunikacji interpersonalnej, samokształcenia, rozwiązuje konflikt	Wywiad swobodny

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

Moduł I

Charakterystyka najważniejszych mediów społecznościowych, grupa

docelowa, rodzaje komunikacji oraz kreacje graficzne:

- Social media w Polsce i na świecie – zachowania odbiorców
- Facebook
- Instagram
- LinkedIn
- X
- Pinterest
- YouTube

Moduł II

Działania promocyjne w Social Mediach

- Komunikacja płatna i bezpłatna
- Cele i rodzaje płatnych kampanii
- Tworzenie przykładowych komunikatów promocyjnych
- Przydatne narzędzia

Moduł III

Model 4C

- Hashtagi i seo
- Zasięg czy zaangażowanie
- Krytyka i hejt
- Influencer marketing
- Archetyp marki

Moduł IV

Analiza danych za pomocą programów zewnętrznych. Optymalizacja wyników, raporty działań.

- Narzędzia do analityki
- Clarity
- Ćwiczenia praktyczne
- optymalizacja czasu pracy w oparciu o zielone kompetencje
- zarządzanie energią elektryczną w czasie pracy, tak aby zminimalizować jej zużycie
- optymalizacja materiałów papierowych w pracy lub całkowite ich wyeliminowanie

Moduł V

Egzamin wewnętrzny

Usługa jest realizowana w godzinach zegarowych, a przerwy wliczane są w czas trwania usługi rozwojowej W trakcie szkolenia przewiduje 10h praktycznych oraz 6h teorii

OCHRONA ŚRODOWISKA

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 6

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 6 Moduł I Charakterystyka najważniejszych mediów społecznościowych, grupa docelowa, rodzaje komunikacji oraz kreacje graficzne:	Kinga Mak-specjalista ds. mediów społecznościowych, Psycholog	10-05-2025	08:00	12:00	04:00
2 z 6 Przerwa	Kinga Mak-specjalista ds. mediów społecznościowych, Psycholog	10-05-2025	12:00	12:15	00:15
3 z 6 Moduł III Model 4C	Kinga Mak-specjalista ds. mediów społecznościowych, Psycholog	10-05-2025	12:15	16:15	04:00
4 z 6 Moduł IV Analiza danych za pomocą programów zewnętrznych. Optymalizacja wyników, raporty działań.	Kinga Mak-specjalista ds. mediów społecznościowych, Psycholog	11-05-2025	08:00	15:00	07:00
5 z 6 Przerwa	-	11-05-2025	15:00	15:15	00:15
6 z 6 Egzamin wewnętrzny	-	11-05-2025	15:15	16:15	01:00

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	312,50 PLN
Koszt osobogodziny netto	312,50 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Kinga Mak- specjalista ds. mediów społecznościowych, Psycholog

Łączy wiedzę z zakresu psychologii z wiedzą na temat działania Social Mediów. Od ponad 7 lat z dużym zaangażowaniem pomaga markom osiągać ich cele w dynamicznym świecie mediów społecznościowych. Dzięki dogłębnej znajomości platform takich jak Facebook, Instagram, X, LinkedIn i innych, potrafi skutecznie zarządzać obecnością marki, zwiększając jej zasięg, zaangażowanie i sprzedaż.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Warunki organizacyjne zapewniane przez organizatora obejmują:

W pełni wyposażona sala stworzona z myślą o kompleksowej realizacji szkolenia.

Salę szkoleniową, zapewniającą odpowiednie warunki do prowadzenia zarówno teoretycznej, jak i praktycznej części kursu.

Niezbędne materiały i akcesoria do pracy.

Przygotowanie materiałów szkoleniowych dla każdego uczestnika w postaci prezentacji w programie POWER POINT w temacie szkolenia. Zapewnienie stanowisk pracy i komputery.

Informacje dodatkowe

Usługa jest realizowana w godzinach lekcyjnych, a harmonogram przerw jest elastyczny i dostosowany do tempa pracy uczestników w danym dniu szkoleniowym, aby umożliwić im efektywne korzystanie z przerw w zależności od potrzeb i rytmu zajęć.

Szkolenie zostanie przeprowadzone zgodnie z aktualnie obowiązującymi przepisami prawa i zaleceniami Ministerstwa Zdrowia i Głównego Inspektoratu Sanitarnego.

Koszt kursu możliwy jest ze stawką zwolnione w przypadku uzyskania przez Uczestnika dofinansowania na poziomie min. 70%. Podstawa prawna: art. 43 ust. 1 pkt 29 lit. c ustawy o VAT oraz § 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 (Dz.U. z 2020 r. poz. 1983). W pozostałych przypadkach faktura z VAT.

Adres

ul. Stanisława Dubois 8 OF

44-100 Gliwice

woj. śląskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Wi-fi
- Laboratorium komputerowe
- lokalizacja miejsca szkolenia w pobliżu dworca kolejowego oraz centrum przesiadkowego

Kontakt



Jolanta Sopala

E-mail jolantasopala@gmail.com

Telefon (+48) 697 790 000