



ALDONA STACH
SALON
KOSMETYCZNY



Profesjonalna obsługa mediów społecznościowych w budowaniu marki osobistej i firmowej

Numer usługi 2025/02/07/158356/2547210

📍 Chrzanów / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 12 h

📅 14.04.2025 do 15.04.2025

1 800,00 PLN brutto

1 800,00 PLN netto

150,00 PLN brutto/h

150,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Sposób dofinansowania	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Przedsiębiorcy, freelancerzy, specjaliści ds. marketingu, osoby pragnące rozwijać swoją markę osobistą
Minimalna liczba uczestników	2
Maksymalna liczba uczestników	2
Data zakończenia rekrutacji	10-04-2025
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	12
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Znak Jakości Małopolskich Standardów Usług Edukacyjno-Szkoleniowych (MSUES) - wersja 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Celem szkolenia jest wyposażenie uczestników w praktyczne umiejętności efektywnego zarządzania mediami społecznościowymi w kontekście budowania marki osobistej i/lub firmowej. Uczestnicy nauczą się tworzyć angażujące treści, wykorzystywać narzędzia sztucznej inteligencji do generowania contentu oraz skutecznie korzystać z platform takich jak LinkedIn, Facebook i Instagram.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<ol style="list-style-type: none">1. Rozumie podstawy strategii marketingowej w social media i potrafi dostosować ją do specyfiki różnych platform (Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok itp.).2. Tworzy angażujące treści (posty, grafiki, wideo, stories, reels) zgodnie z trendami i algorytmami mediów społecznościowych.3. Planuje i harmonogramuje publikacje za pomocą narzędzi do zarządzania treściami (np. Meta Business Suite, Planoly, Hootsuite).4. Analizuje statystyki i efektywność działań (np. zasięg, zaangażowanie, CTR, konwersje) oraz optymalizuje strategię na podstawie danych.5. Stosuje techniki copywritingu i storytellingu, aby skutecznie angażować odbiorców.6. Tworzy i optymalizuje kampanie reklamowe w social media (Facebook Ads, Instagram Ads, LinkedIn Ads itp.).7. Buduje społeczność online i efektywnie zarządza interakcjami z użytkownikami.8. Dobiera odpowiednie formaty reklamowe i targetowanie dla różnych grup odbiorców.9. Radzi sobie z kryzysami wizerunkowymi i moderuje komentarze w profesjonalny sposób.10. Zna podstawy monetyzacji działań w social media oraz współpracuje z influencerami i markami.	<p>Aby potwierdzić zdobycie umiejętności, uczestnik musi wykazać się:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Znajomością teorii social media marketingu<ul style="list-style-type: none">• Poprawnie określa cele i grupy docelowe dla działań w mediach społecznościowych.• Rozróżnia algorytmy i specyfikę różnych platform.2. Umiejętnością tworzenia i publikowania treści<ul style="list-style-type: none">• Opracowuje posty zgodnie z zasadami angażującego copywritingu.• Tworzy atrakcyjne grafiki i wideo na potrzeby różnych platform.3. Analizą wyników i optymalizacją strategii<ul style="list-style-type: none">• Interpretuje dane analityczne i na ich podstawie modyfikuje działania.• Potrafi optymalizować kampanie reklamowe w social media.4. Skutecznym zarządzaniem społecznością online<ul style="list-style-type: none">• Angażuje odbiorców poprzez komentarze, wiadomości i interakcje.• Wykazuje umiejętność radzenia sobie z negatywnymi opiniami i kryzysami.5. Praktycznym zastosowaniem wiedzy w realnym projekcie<ul style="list-style-type: none">• Opracowuje i prezentuje strategię komunikacji dla wybranej marki lub projektu.• Tworzy przykładową kampanię reklamową i analizuje jej skuteczność.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

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 opis efektów uczenia się.

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

Dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria weryfikacji.

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

Dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji.

Program

Dzień 1: Podstawy i strategia działania w social mediach

1. Jak działa świat social mediów?

- Rola mediów społecznościowych w budowaniu marki osobistej i firmowej
- Jakie platformy warto wybrać? (Facebook, Instagram, LinkedIn – różnice i zastosowanie)
- Algorytmy – co musisz o nich wiedzieć, żeby Twoje posty miały większy zasięg

2. Budowanie profesjonalnego profilu

- Jak założyć i skonfigurować konto firmowe/osobiste na LinkedIn, Facebooku i Instagramie
- Zdjęcie profilowe, opis, bio – jak sprawić, żeby profil wyglądał profesjonalnie i przyciągał klientów
- Optymalizacja profilu pod SEO – jak sprawić, żeby łatwiej Cię znajdowano

3. Tworzenie angażujących treści

- Co pisać, żeby przyciągać uwagę i zdobywać więcej reakcji?
- Storytelling w postach – jak opowiadać historie, które angażują
- Rodzaje treści: posty tekstowe, grafiki, wideo, relacje – jak je dobrać do platformy
- Jak planować publikacje i układać harmonogram postów

4. Grafika i wizualna strona postów

- Jak tworzyć profesjonalne grafiki w prostych narzędziach (Canva, Adobe Express)
- Jakie kolory, czcionki i układy przyciągają wzrok odbiorców
- Zdjęcia i wideo – skąd brać dobre materiały i jak je edytować

Dzień 2: Narzędzia, automatyzacja i skuteczna promocja

5. Wykorzystanie sztucznej inteligencji w tworzeniu treści

- Jak AI może pomóc w pisaniu postów? (ChatGPT, Jasper, Copy.ai)
- Tworzenie grafik za pomocą AI (np. Canva, Midjourney)
- Automatyzacja pracy – planowanie postów z wyprzedzeniem

6. Zaawansowane strategie LinkedIn, Facebooka i Instagrama

- Jak zwiększyć widoczność profilu i zdobywać więcej obserwujących?
- Jakie treści działają najlepiej na każdej platformie?
- Jakie błędy popełniają początkujący i jak ich uniknąć?

7. Jak skutecznie współpracować w sieci?

- Jak znaleźć wartościowe kontakty i partnerów biznesowych?
- Współpraca z influencerami – jak się dogadać i na co zwracać uwagę
- Jak prowadzić rozmowy i negocjacje online

8. Podstawy reklam i analizy wyników

- Jak stworzyć pierwszą reklamę na Facebooku i Instagramie
- Jakie wskaźniki warto analizować, żeby wiedzieć, co działa?
- Jak reagować na kryzysy i negatywne komentarze

Podsumowanie i sesja Q&A – pytania, ćwiczenia praktyczne, dodatkowe wskazówki

Szkolenie nastawione jest na praktykę! Uczestnicy będą tworzyć swoje własne treści, testować narzędzia i dostaną gotowe checklisty do wykorzystania po kursie.

Harmonogram:

- Dzień 1: 09:00 – 15:00
- Dzień 2: 09:00 – 15:00

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 0

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
Brak wyników.					

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	1 800,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 800,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	150,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	150,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 0

Brak wyników.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały dydaktyczne formie prezentacji multimedialnej

Adres

ul. 29 Listopada 1/2

32-500 Chrzanów

woj. małopolskie

W lokalu wygodny dostęp do toalety i aneksu kuchennego. Dostępne miejsca parkingowe.

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Aldona Stach

E-mail aldonastach76@gmail.com

Telefon (+48) 537 988 777