



Piano Julia Nowak



Szkolenie z "Social Media - Facebook, Instagram, Tik tok. Promocja i sprzedaż usług za pomocą Social Media. Podstawy grafiki komputerowej."

Numer usługi 2025/02/21/141354/2574499

📍 Toruń / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 16 h

📅 17.06.2025 do 18.06.2025

1 760,00 PLN brutto

1 760,00 PLN netto

110,00 PLN brutto/h

110,00 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	Szkolenie od podstaw jest skierowane do: • Właścicieli małych i średnich firm, którzy chcą zwiększyć swoją widoczność w social media i pozyskać nowych klientów. • Specjalistów ds. marketingu i osób odpowiedzialnych za promocję firmy w social media. • Przedsiębiorców w branży usługowej, takich jak fryzjerzy, barberzy, kosmetolodzy, trenerzy personalni, którzy chcą skutecznie promować swoje usługi online. • Osób, które planują rozpocząć działalność online i chcą budować swoją obecność w mediach społecznościowych od podstaw. Jest to usługa adresowana również do uczestników projektu "Kierunek - Rozwój".
Minimalna liczba uczestników	2
Maksymalna liczba uczestników	5
Data zakończenia rekrutacji	11-06-2025
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	16

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje do samodzielnej efektywnej promocji swojej działalności, budowania silnej marki oraz zwiększenia sprzedaży usług. Uczestnicy poznają narzędzia, techniki oraz strategie potrzebne do tworzenia angażujących treści i kampanii reklamowych, które przyciągną klientów i zwiększą ich lojalność.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik wykorzystuje różne platformy do promocji swojej działalności.	Kursant wie i rozumie jak działa marketing w mediach społecznościowych i wykorzystuje różne platformy (Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn) do promocji usług. Wybiera odpowiednie kanały komunikacji w oparciu o specyfikę działalności i grupy docelowej.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Uczestnik buduje spójną i atrakcyjną markę w Social Media.	Uczestnik opracowuje strategię budowy marki w mediach społecznościowych, w tym określić tożsamość wizualną i ton komunikacji. Tworzy treści zgodne z wartościami marki i oczekiwaniami odbiorców.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Uczestnik tworzy i publikuje wartościowe i angażujące treści.	Kursant tworzy różnorodne treści (posty, wideo, relacje, live'y) dopasowane do potrzeb i preferencji grupy docelowej. Stosuje zasady content marketingu, aby tworzyć treści, które angażują odbiorców, budują społeczność i wspierają sprzedaż.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Skutecznie sprzedaje usługi poprzez Social Media.	Uczestnik wykorzystuje różne techniki sprzedażowe, takie jak storytelling, oferty specjalne, promocje i wezwania do działania (call to action), aby przyciągnąć nowych klientów. Prowadzi skuteczne kampanie sprzedażowe, budując relacje z klientami poprzez media społecznościowe.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Prowadzi płatne kampanie reklamowe.	Kursant tworzy i uruchamia kampanie reklamowe na Facebooku, Instagramie i innych platformach, optymalizując budżet i targetując odpowiednie grupy odbiorców. Monitoruje i optymalizuje kampanie reklamowe w celu zwiększenia konwersji i efektywności kosztowej.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Mierzy skuteczność działań w Social Mediach.	Kursant korzysta z narzędzi analitycznych, takich jak Facebook Insights, Instagram Insights czy Google Analytics, aby śledzić wskaźniki efektywności (KPI): zasięg, zaangażowanie, konwersje. Analizuje wyniki działań w mediach społecznościowych i wdraża optymalizacje na podstawie zebranych danych.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Automatyzuje działania i efektywnie zarządza treściami.	Używa narzędzi do planowania i automatyzacji treści (np. Buffer, Hootsuite, Later), co pozwala na bardziej efektywne zarządzanie kontami w Social Media i oszczędność czasu.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

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

Tak, dokument zawiera informację jakie kompetencje nabył uczestnik podczas szkolenia, uczestnik otrzymuje dokument pod warunkiem udziału w co najmniej 80% usługi rozwojowej.

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

Tak, dokument informuje o sposobie weryfikacji uczenia się.

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

Tak. Dokument potwierdza zdobycie wiedzy teoretycznej oraz praktycznej, informuje o przebiegu szkolenia.

Program

Szkolenie składa się z 2 dni zawierających 16 godzin zegarowych szkolenia oraz 30 min. przerwę (przerwa nie wchodzi w czas trwania szkolenia). Harmonogram zawiera szczegółowy opis prowadzonych etapów szkolenia rozpisanych w godzinach zegarowych.

Grupa - max. 5 osoby.

Liczba stanowisk - 5, w których skład wchodzi takie elementy jak:

- materiały szkoleniowe,
- biurko,
- krzesło.

DZIEŃ 1

10.00 - 11.30

Wprowadzenie do Social Mediów:

- Wprowadzenie do świata social mediów
- Analiza potrzeb biznesowych i działań w social mediach

11.30 - 13.00

Platformy Social Media - Przegląd:

- Omówienie najpopularniejszych platform (Facebook, Instagram, Youtube, TikTok)
- Wybór odpowiednich platform dla różnych celów biznesowych

13.00 - 13.15 PRZERWA NA LUNCH (przerwa nie wchodzi w czas trwania szkolenia)

13.15 - 16.15

Tworzenie Strategii Social Media:

- Jak zdefiniować cele biznesowe w social mediach?
- Targetowanie grupy odbiorców
- Planowanie treści i kalendarz publikacji (godziny,dni)

16.15 - 16.30 PRZERWA NA LUNCH (przerwa nie wchodzi w czas trwania szkolenia)

16.30 - 18.00

Tworzenie angażujących treści:

- Zasady tworzenia angażujących postów
- Wideo, grafiki, teksty - co sprawdza się najlepiej?
- Wykorzystanie sztucznej inteligencji do tworzenia contentu na social media
- Przegląd po Canvie, Capcut i inne wybrane aplikacje do pomocy przy tworzeniu treści

18.00- 18.30

Podsumowanie Dnia Pierwszego

- Dyskusja i wymiana doświadczeń

DZIEŃ 2

10.00 - 11.30

Social Media Advertising:

- Wprowadzenie do płatnych kampanii reklamowych
- Facebook Ads, Instagram Ads, LinkedIn Ads: jak tworzyć skuteczne kampanie?
- Targetowanie i retargetowanie odbiorców

11.30 - 13.00

Budowanie Relacji i Zarządzanie Kryzysowe:

- Jak budować trwałe relacje z klientami?
- Obsługa klienta w social mediach
- Zarządzanie kryzysowe: jak reagować na negatywne komentarze i sytuacje kryzysowe?

13.00 - 13.15 PRZERWA NA LUNCH (przerwa nie wchodzi w czas trwania szkolenia)

13.15 - 16.15

Automatyzacja Social Media i Narzędzia Wspomagające:

- Przegląd narzędzi do automatyzacji publikacji i zarządzania social mediami (np. Hootsuite, Buffer)
- Korzyści z automatyzacji i oszczędność czasu

16.15 - 16.30 PRZERWA NA LUNCH (przerwa nie wchodzi w czas trwania szkolenia)

16.30 - 18.00

Zajęcia praktyczne

- Tworzenie grafik, relacji story, rolki

18.00- 18.30

- Ocena samodzielnej pracy kursanta - walidacja.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 14

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 14 Wprowadzenie do Social Mediów	Natalia Zuchmańska	17-06-2025	10:00	11:30	01:30
2 z 14 Platformy Social Media - Przegląd	Natalia Zuchmańska	17-06-2025	11:30	13:00	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
3 z 14 PRZERWA NA LUNCH (przerwa nie wchodzi w czas trwania szkolenia)	Natalia Zuchmańska	17-06-2025	13:00	13:15	00:15
4 z 14 Tworzenie Strategii Social Media	Natalia Zuchmańska	17-06-2025	13:15	16:15	03:00
5 z 14 PRZERWA NA LUNCH (przerwa nie wchodzi w czas trwania szkolenia)	Natalia Zuchmańska	17-06-2025	16:15	16:30	00:15
6 z 14 Tworzenie angażujących treści	Natalia Zuchmańska	17-06-2025	16:30	18:00	01:30
7 z 14 Podsumowanie Dnia Pierwszego	Natalia Zuchmańska	17-06-2025	18:00	18:30	00:30
8 z 14 Social Media Advertising	Natalia Zuchmańska	18-06-2025	10:00	11:30	01:30
9 z 14 Budowanie Relacji i Zarządzanie Kryzysowe	Natalia Zuchmańska	18-06-2025	11:30	13:00	01:30
10 z 14 PRZERWA NA LUNCH (przerwa nie wchodzi w czas trwania szkolenia)	Natalia Zuchmańska	18-06-2025	13:00	13:15	00:15
11 z 14 Automatyzacja Social Media i Narzędzia Wspomagające	Natalia Zuchmańska	18-06-2025	13:15	16:15	03:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
12 z 14 PRZERWA NA LUNCH (przerwa nie wchodzi w czas trwania szkolenia)	Natalia Zuchmańska	18-06-2025	16:15	16:30	00:15
13 z 14 Zajęcia praktyczne	Natalia Zuchmańska	18-06-2025	16:30	18:00	01:30
14 z 14 Ocena samodzielnej pracy kursanta - walidacja.	-	18-06-2025	18:00	18:30	00:30

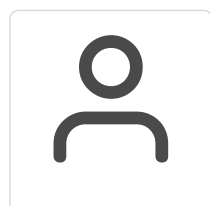
Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	1 760,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 760,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	110,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	110,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Natalia Zuchmańska

Natalia Zuchmańska od 5 lat zajmuje się prowadzeniem Social Mediów różnych firm. Ukończyła studia z administracji i jest w trakcie studiów z zarządzania sprzedażą i marketingiem, co daje jej szeroką wiedzę z zakresu funkcjonowania firm oraz strategii marketingowych. Dodatkowo, ma na swoim koncie ukończone liczne kursy z różnych dziedzin social mediów, które wyposażyły ją w specjalistyczną wiedzę i umiejętności, niezbędne do skutecznego zarządzania obecnością marek w sieci. Na co dzień zarządza mediami społecznościowymi dla firm, w tym prowadzi Instagram salonu, w którym pełni rolę managera. Jej praca wyróżnia się skutecznością w budowaniu wizerunku marki online, co widać w systematycznym wzroście liczby obserwujących i poziomu zaangażowania na firmowych profilach. Dzięki codziennemu korzystaniu z mediów społecznościowych, ukończonym

kursom oraz znajomości narzędzi analitycznych, potrafi efektywnie dopasowywać treści do oczekiwań odbiorców i monitorować efekty działań. Choć dopiero rozpoczyna swoją przygodę ze szkoleniami, jej doświadczenie, wykształcenie i dodatkowe kursy sprawiają, że uczestnicy postrzegają ją jako osobę kompetentną i doskonale przygotowaną do dzielenia się wiedzą.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Skrypt szkoleniowy

Informacje dodatkowe

Zawarto umowę z WUP w Toruniu w ramach projektu "Kierunek - Rozwój".

Adres

ul. Żwirki i Wigury 75A
87-100 Toruń
woj. kujawsko-pomorskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Patrycja Małek

E-mail patryciamalek35@gmail.com

Telefon (+48) 690 207 599