



Umiejętności i narzędzia cyfrowe w kształtowaniu wizerunku marki i reklamie. Szkolenie z e-commerce, wykorzystania social mediów i umiejętności cyfrowych

Numer usługi 2025/03/06/118827/2603665

FIRMA "PROJEKT"
MARTA URBAŃSKA
-CENTRUM
KSZTAŁCENIA
KADR



📍 Dalki / stacjonarna
🏠 Usługa szkoleniowa
🕒 67 h
📅 22.03.2025 do 28.03.2025

6 000,00 PLN brutto

6 000,00 PLN netto

89,55 PLN brutto/h

89,55 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Sposób dofinansowania	wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Osoby pracujące w organizacjach prowadzących lub wdrażających narzędzia cyfrowe w kształtowaniu wizerunku marki i reklamie: menedżerowie, pracownicy liniowi i pracownicy mający brać udział we wszelkich działaniach z obszaru marketingu cyfrowego.
Minimalna liczba uczestników	2
Maksymalna liczba uczestników	10
Data zakończenia rekrutacji	21-03-2025
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	67
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

Uczestnicy dowiedzą się, jak social media wpływają na wizerunek marki oraz jak mogą być wykorzystywane w kampaniach marketingowych. Szkolenie przygotowuje do wykorzystania praktycznych umiejętności w zakresie

tworzenia treści, zarządzania kampaniami w mediach społecznościowych oraz w obszarze analizy wyników. Uczestnicy nauczą się, jak planować i realizować zintegrowane kampanie marketingowe, które obejmują różne kanały komunikacji. Zajęcia będą skoncentrowane na działalności praktycznej.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Opisuje zadania social mediów w marketingu.	Wskazuje rolę social mediów w działalności marketingowej.	Test teoretyczny
Charakteryzuje na czym polegają praktyczne umiejętności tworzenia treści.	Wskazuje cechy i zasady tworzenia treści marketingowych.	Test teoretyczny
Opisuje jak skutecznie zarządzać kampaniami.	Wskazuje zasady skutecznego zarządzania kampaniami.	Wywiad swobodny
Określa zasady realizacji zintegrowanych kampanii.	Wymienia zasady stosowania zintegrowanych kampanii.	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?

Dokument potwierdza, że zostały zastosowane rozwiązania zapewniające rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji tzn. osoba prowadząca usługę, nie dokonuje weryfikacji efektów uczenia się uczestników usługi.

Program

Moduł 1: Wprowadzenie do mediów społecznościowych i marketingu zintegrowanego

1.1 Znaczenie mediów społecznościowych w dzisiejszym marketingu

- Rola social media w strategiach marketingowych firm i marek
- Zmiany w zachowaniach konsumentów w dobie cyfrowej
- Media społecznościowe jako narzędzie budowania relacji i zaangażowania

1.2 Różne platformy i ich specyfika

- Facebook: budowanie społeczności, reklamy, grupy i wydarzenia
- Instagram: storytelling wizualny, Instagram Stories, reels, influencer marketing
- Twitter: krótkie formy treści, trendy i hashtag marketing
- LinkedIn: marketing B2B, personal branding, networking
- TikTok: treści krótkie, algorytmy i wyzwania viralowe
- YouTube: wideo marketing, optymalizacja treści, SEO dla wideo

1.3 Podstawy marketingu zintegrowanego

- Definicja i zasady marketingu zintegrowanego
- Rola spójności komunikacji w różnych kanałach
- Przykłady skutecznych kampanii omnichannel

Moduł 2: Tworzenie strategii w mediach społecznościowych

2.1 Analiza rynku i badanie grupy docelowej

- Identyfikacja grupy docelowej i tworzenie person marketingowych
- Analiza konkurencji i benchmarkowanie
- Narzędzia do analizy rynku i zachowań użytkowników (Google Analytics, Facebook Insights, Brand24)

2.2 Tworzenie strategii content marketingowej

- Definiowanie celów marketingowych (SMART)
- Kluczowe elementy skutecznej strategii contentowej
- Tworzenie propozycji wartości marki

2.3 Planowanie kalendarza treści

- Tworzenie harmonogramu publikacji
- Narzędzia do zarządzania treścią (Trello, Asana, Hootsuite)
- Balansowanie treści: edukacyjne, sprzedażowe, angażujące

Moduł 3: Praktyczne tworzenie treści

3.1 Techniki tworzenia angażujących postów

- Storytelling i emocjonalne angażowanie odbiorców
- Formaty treści: teksty, zdjęcia, wideo, infografiki, memy
- CTA i optymalizacja komunikacji

3.2 Narzędzia do tworzenia grafik i edycji wideo

- Canva: tworzenie grafik i szablonów
- Adobe Spark: szybkie tworzenie wizualnych treści
- iMovie/CapCut: edycja wideo na poziomie podstawowym

3.3 Optymalizacja treści pod kątem SEO i algorytmów platform

- Dobór odpowiednich słów kluczowych
- Algorytmy social media i ich wpływ na widoczność treści
- Hashtagi, tagowanie i linkowanie wewnętrzne

Moduł 4: Zarządzanie kampaniami social media

4.1 Tworzenie i zarządzanie kampaniami reklamowymi

- Facebook Ads Manager i Instagram Ads: konfiguracja kampanii
- Typy reklam: zasięg, konwersje, lead generation
- Testy A/B i optymalizacja reklam

4.2 Budżetowanie i targetowanie reklam

- Efektywne zarządzanie budżetem reklamowym
- Targetowanie demograficzne, behawioralne i remarketing
- Mierzenie wskaźników efektywności reklam (CPC, CTR, ROAS)

4.3 Monitorowanie i analiza wyników kampanii

- Kluczowe KPI i ich interpretacja
- Google Analytics i Meta Business Suite – analiza skuteczności
- Optymalizacja kampanii na podstawie danych

Moduł 5: Marketing zintegrowany i jego elementy

5.1 Połączenie social media z innymi kanałami marketingowymi

- E-mail marketing jako wsparcie działań social media
- Content marketing i SEO jako fundament strategii
- Influencer marketing – wybór i współpraca z twórcami

5.2 Planowanie kampanii zintegrowanych

- Tworzenie spójnych komunikatów we wszystkich kanałach
- Automatyzacja marketingu i cross-promocja
- Zarządzanie wielokanałowym lejkiem sprzedażowym

5.3 Koordynacja działań marketingowych

- Harmonizacja komunikacji wewnątrz organizacji
- Współpraca między zespołami marketingowymi i sprzedażowymi
- Zarządzanie kryzysowe w social mediach

Moduł 6: Case studies i analiza kampanii

6.1 Analiza udanych kampanii w social mediach

- Studium przypadku znanych kampanii marketingowych
- Rozkładanie na czynniki pierwsze strategii contentowej
- Jakie elementy decydują o sukcesie kampanii?

6.2 Dyskusja na temat strategii i technik użytych w kampaniach

- Analiza kreatywnych i innowacyjnych podejść
- Wnioski z kampanii udanych i nieudanych
- Interaktywne warsztaty analityczne

6.3 Lekcje wyciągnięte z case studies

- Kluczowe błędy i jak ich unikać
- Najlepsze praktyki i gotowe szablony strategii
- Adaptacja dobrych praktyk do własnych działań

Moduł 7: Projekty grupowe

7.1 Praca w grupach nad własnymi projektami kampanii

- Tworzenie strategii w oparciu o realne wyzwania biznesowe
- Wybór grupy docelowej i dostosowanie przekazu
- Ustalanie KPI i planowanie kampanii

7.2 Tworzenie strategii, treści i planów kampanii

- Budowa strategii contentowej i harmonogramu publikacji
- Tworzenie treści – teksty, grafiki, materiały wideo
- Planowanie i optymalizacja budżetu reklamowego

7.3 Prezentacja i omówienie projektów

- Przedstawienie strategii grupowych
- Feedback od prowadzących i uczestników

- Ewaluacja projektów i wyciąganie wniosków

Moduł 8: Walidacja – test wiedzy i wywiad swobodny

8.1 Test końcowy

- Pytania wielokrotnego wyboru i studium przypadku
- Analiza i interpretacja wyników

8.2 Wywiad swobodny

- Omówienie doświadczeń zdobytych podczas kursu
- Wskazówki dotyczące dalszego rozwoju w marketingu
- Podsumowanie i certyfikacja uczestników

Zakończenie kursu i rozdanie certyfikatów

Walidacja jest prowadzona przez inną osobę niż prowadzący zajęcia.

Harmonogram kursu został zaprojektowany tak, aby zapewnić uczestnikom zarówno wiedzę teoretyczną, jak i

praktyczne umiejętności niezbędne do tworzenia bardziej zrównoważonych, motywujących i zintegrowanych miejsc pracy. Walidacja będzie prowadzona przez inną osobę niż prowadzący szkolenie.

Minimalne wymagania w stosunku do uczestników, aby cel usługi został osiągnięty: Uczestnik szkolenia zdobytą wiedzę i umiejętności ugruntowuje w trakcie procesu walidacji składającego się z testu wiedzy i wywiadu swobodnego, co umożliwi sprawdzenie czy cel usługi został osiągnięty. Dla lepszego przyswojenia programu szkolenia uczestnicy otrzymają materiały w formie papierowej. Materiały te umożliwią im powrót i powtórzenie wiedzy zdobytej na szkoleniu w dowolnym momencie. Dzięki temu uczestnicy osiągną zamierzony cel szkolenia. Warunki organizacyjno – logistyczne: Szkolenie opiera się głównie na warsztatach praktycznych z wykorzystaniem formy warsztatowej. Uczestnicy będą pracować zarówno w parach, trójkach jak i całą grupą.

Szkolenie odbywa się w formie prezentacji materiału i technik przez trenera szkolenia (wykładów) oraz pracy własnej uczestników.

Szkolenie prowadzone jest w ramach godzin dydaktycznych jedna godz. szkolenia to 45 minut, przerwy nie wliczają się w czas szkolenia.

Walidacja wlicza się w liczbę godzin usługi.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 22

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 22 Znaczenie mediów społecznościowych w dzisiejszym marketingu	KRZYSZTOF MROZ	22-03-2025	08:00	11:00	03:00
2 z 22 Różne platformy i ich specyfika	KRZYSZTOF MROZ	22-03-2025	11:00	14:00	03:00
3 z 22 Podstawy marketingu zintegrowanego	KRZYSZTOF MROZ	22-03-2025	14:00	16:00	02:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
4 z 22 Analiza rynku i badanie grupy docelowej	KRZYSZTOF MROZ	23-03-2025	08:00	11:00	03:00
5 z 22 Tworzenie strategii content marketingowej	KRZYSZTOF MROZ	23-03-2025	11:00	14:00	03:00
6 z 22 Planowanie kalendarza treści	KRZYSZTOF MROZ	23-03-2025	14:00	16:00	02:00
7 z 22 Techniki tworzenia angażujących postów	KRZYSZTOF MROZ	24-03-2025	08:00	10:00	02:00
8 z 22 Narzędzia do tworzenia grafik i edycji wideo	KRZYSZTOF MROZ	24-03-2025	10:00	13:00	03:00
9 z 22 Optymalizacja treści pod kątem SEO i algorytmów platform	KRZYSZTOF MROZ	24-03-2025	13:00	15:00	02:00
10 z 22 Tworzenie i zarządzanie kampaniami reklamowymi	KRZYSZTOF MROZ	25-03-2025	08:00	10:00	02:00
11 z 22 Budżetowanie i targetowanie reklam	KRZYSZTOF MROZ	25-03-2025	10:00	13:00	03:00
12 z 22 Monitorowanie i analiza wyników kampanii	KRZYSZTOF MROZ	25-03-2025	13:00	15:00	02:00
13 z 22 Połączenie social media z innymi kanałami marketingowymi	KRZYSZTOF MROZ	26-03-2025	08:00	10:00	02:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
14 z 22 Planowanie kampanii zintegrowanych	KRZYSZTOF MROZ	26-03-2025	10:00	13:00	03:00
15 z 22 Koordynacja działań marketingowych	KRZYSZTOF MROZ	26-03-2025	13:00	15:00	02:00
16 z 22 Analiza udanych kampanii w social mediach	KRZYSZTOF MROZ	27-03-2025	08:00	10:00	02:00
17 z 22 Dyskusja na temat strategii i technik użytych w kampaniach	KRZYSZTOF MROZ	27-03-2025	10:00	13:00	03:00
18 z 22 Lekcje wyciągnięte z case studies	KRZYSZTOF MROZ	27-03-2025	13:00	14:15	01:15
19 z 22 Praca w grupach nad własnymi projektami kampanii	KRZYSZTOF MROZ	28-03-2025	08:00	10:00	02:00
20 z 22 Tworzenie strategii, treści i planów kampanii	KRZYSZTOF MROZ	28-03-2025	10:00	13:00	03:00
21 z 22 Prezentacja i omówienie projektów	KRZYSZTOF MROZ	28-03-2025	13:00	14:30	01:30
22 z 22 Walidacja	-	28-03-2025	14:30	15:00	00:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	6 000,00 PLN

Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	6 000,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	89,55 PLN
Koszt osobogodziny netto	89,55 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

KRZYSZTOF MROZ

Od 1990 roku absolwent UAM Poznań WNS - pedagogika z metodyką pracy z dorosłymi. Posiada 25 letnie doświadczenie w pracy pedagogiczno-psychologicznej (doradztwo zawodowe, pomoc psychologiczno-pedagogiczna- trener z zakresu motywowanie do pracy nad sobą i ustawicznego doskonalenia, pomoc w radzeniu sobie ze stresem) z młodzieżą, stażystami oraz ludźmi z bogatym doświadczeniem zawodowym. W 2003 roku odbył kurs organizacji i zarządzania CPK Kałużewscy, a od 2007 roku jest absolwentem studiów podyplomowych na kierunku Informatyka. Od 2008 roku - mistrz w zawodach budowlanych, a od 2010 roku - Mistrz w zawodach: stolarz, ślusarz, elektryk, od 2015 roku - magister inżynier budownictwa w zakresie: budownictwo ogólne i ochrona środowiska. W 2017 roku odbył kurs trenera, wykładowcy oraz inspektora BHP. Od 2018 roku jest inspektorem Bazy Dostawców Odpadów i uprawnienia pomiarowe, od 2019 roku - licencjonowany zarządca nieruchomości, a od 2022 - dyrektorem ds. szkoleń w firmie PROJEKT. Od 2008 roku przeprowadził 78 szkoleń w łącznej ilości godzin 863 z zakresu: budownictwa, ochrony środowiska, BDO, gospodarki odpadami, zarządzania dla PUP Gniezno, PUP Pleszew, ZDZ Poznań oraz szkoleń z BUR.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Po zrealizowanym szkoleniu uczestnik otrzyma certyfikat potwierdzający uczestnictwo w szkoleniu - wymagane jest uczestnictwo w 100% zajęć wraz z zaliczeniem testu.

Wymagany jest aktywny udział w zajęciach. Uczestnicy otrzymają prezentacje multimedialne oraz papierowe skrypy zawierające omawiane treści. Fakt uczestnictwa w każdym dniu usługi rozwojowej musi zostać potwierdzony przez uczestnika własnoręcznym podpisem złożonym na udostępnionej przez organizatora liście obecności

Aby zaliczyć szkolenie niezbędne jest 100% obecności na zajęciach, aktywny udział w zajęciach, pozytywna ocena nabytej wiedzy i umiejętności (test końcowy, wywiad swobodny)

Warunki uczestnictwa

Warunkiem uczestnictwa jest ukończenie 18 roku życia. Po zrealizowanym szkoleniu uczestnik otrzyma certyfikat potwierdzający uczestnictwo w szkoleniu - wymagane jest uczestnictwo w

100% zajęć wraz z zaliczeniem testu.

Adres

os. Osiedle Piaskowe 20A

62-200 Dalki

woj. wielkopolskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi
- Laboratorium komputerowe

Kontakt



Krzysztof Mróz

E-mail 1omegamroz@gmail.com

Telefon (+48) 731 188 988