

OGARNIJ.TO PIOTR
PAWELEC

Szkolenie Masterclass: Zaawansowane techniki i strategię marketingu w social mediach

Numer usługi 2025/03/18/124056/2632457

📍 Szczecin / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 50 h

📅 04.04.2025 do 13.04.2025

10 000,00 PLN brutto

10 000,00 PLN netto

200,00 PLN brutto/h

200,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Sposób dofinansowania	wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Szkolenie "Masterclass: Zaawansowane techniki i strategię marketingu w social mediach" jest skierowane do doświadczonych specjalistów ds. marketingu, menedżerów social media, strategów digital marketingu oraz właścicieli firm, którzy aktywnie zarządzają działaniami promocyjnymi w internecie. Program dedykowany jest osobom posiadającym solidne podstawy w marketingu cyfrowym i praktyczne doświadczenie w prowadzeniu kampanii online. Szkolenie szczególnie przyda się tym, którzy chcą pogłębić swoją wiedzę na temat zaawansowanych strategii social media marketingu, optymalizacji działań reklamowych oraz analityki i automatyzacji w mediach społecznościowych.
Minimalna liczba uczestników	2
Maksymalna liczba uczestników	20
Data zakończenia rekrutacji	03-04-2025
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	50
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

Szkolenie ma wyposażyć uczestników w zaawansowaną wiedzę i praktyczne umiejętności w zakresie planowania, prowadzenia i optymalizowania kampanii marketingowych w mediach społecznościowych. Uczestnicy nauczą się w jaki sposób budować skuteczne strategie komunikacji, tworzyć treści, zarządzać budżetem i korzystać z narzędzi AI w obróbce graficznej i analizie danych. Szkolenie ma na celu rozwój umiejętności w zakresie zaawansowanego zarządzania profilami w social mediach.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Wykorzystuje wiedzę do planowania i wdrażania skutecznej strategii komunikacji marki w mediach społecznościowych, dopasowanej do specyfiki różnych platform.	Opracowuje i realizuje strategię komunikacyjną dostosowaną do różnych platform w social media.	Test teoretyczny
		Prezentacja
Tworzy i zarządza lejkiem marketingowym, dostosowanym do potrzeb lokalnych, regionalnych i krajowych rynków.	Projektuje lejek marketingowy obejmujący różne etapy procesu zakupowego i optymalizuje go na podstawie analizy wyników.	Test teoretyczny
		Prezentacja
Buduje i zarządza zespołem content marketingowym, w tym organizuje pracę zespołu i skutecznie wyznacza KPI.	Określa kluczowe wskaźniki efektywności (KPI) dla zespołu content marketingowego i monitoruje ich realizację.	Test teoretyczny
		Prezentacja
Optymalizuje kampanie reklamowe w Meta Ads Managerze w celu poprawy wyników sprzedażowych i zwiększenia zaangażowania użytkowników.	Tworzy kampanię reklamową w Meta Ads Managerze, wykorzystując zaawansowane metody targetowania i optymalizacji.	Test teoretyczny
		Prezentacja
Zastosowuje narzędzia sztucznej inteligencji do obróbki graficznej i tworzenia atrakcyjnych treści wizualnych.	Wykorzystuje narzędzia AI do automatycznej edycji i optymalizacji materiałów wizualnych przed publikacją.	Test teoretyczny
		Prezentacja
Planuje i tworzy profesjonalne zdjęcia i filmy, dbając o spójność wizualną oraz jakość publikowanych materiałów.	Tworzy materiały foto i wideo o wysokiej jakości, dostosowane do publikacji w social media.	Test teoretyczny
		Prezentacja
Organizuje i analizuje sesje zdjęciowe w celu efektywnego tworzenia materiałów wizualnych dostosowanych do różnych kanałów social media.	Przeprowadza sesję zdjęciową zgodnie ze strategią wizualną marki i analizuje jej efekty.	Test teoretyczny
		Prezentacja
Optymalizuje kampanie reklamowe i monitoruje ruch na stronach internetowych za pomocą narzędzi takich jak Meta Pixel.	Konfiguruje Meta Pixel i analizuje zebrane dane w celu poprawy skuteczności kampanii reklamowych.	Test teoretyczny
		Prezentacja

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Tworzy dynamiczne i angażujące treści wideo, w tym Reels i viralowe filmy, dbając o ich efektywny montaż oraz skuteczność marketingową.	Opracowuje i publikuje angażujące treści wideo, analizując ich skuteczność na podstawie wskaźników zaangażowania.	Test teoretyczny
		Prezentacja
Analizuje wyniki kampanii reklamowych i podejmuje decyzje optymalizacyjne w celu zwiększenia skuteczności działań marketingowych.	Analizuje wyniki kampanii reklamowych i wdraża optymalizacje zwiększające ich efektywność.	Test teoretyczny
		Prezentacja

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

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

Tak

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

Tak

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

Tak

Program

Dzień 1: Strategia i skuteczny branding

- Marka na lata – branding, pozycjonowanie i wartości marki
- Grupy docelowe 2.0 – zaawansowana segmentacja i mikrotargetowanie
- Lejek marketingowy vs. AIDA – analiza skuteczności strategii
- Big Data w marketingu – jak wykorzystać dane do skalowania działań
- Warsztat: Tworzenie unikalnej wartości marki
- Q&A - podsumowanie

Dzień 2: Kanały, algorytmy i treści, które działają

- Gdzie i jak się komunikować? – wybór platform i formatów treści
- Kampanie w trudnych branżach – jak radzić sobie z ograniczeniami?
- Viralowy post – techniki angażowania odbiorców
- Social PR – storytelling i budowanie relacji
- Warsztat: Tworzenie i optymalizacja harmonogramu publikacji
- Q&A - podsumowanie

Dzień 3: Grafika i AI – Automatyzacja tworzenia treści

- AI w projektowaniu – jak i kiedy używać AI w content marketingu?
- Canva Pro w praktyce – triki dla maksymalnej efektywności
- In-house vs. outsourcing – koszty i efektywność produkcji grafik
- Plan contentu na 30 dni – jak zaplanować skutecznie?
- Warsztat: Tworzenie grafik dedykowanych konkretnej branży
- Q&A - podsumowanie

Dzień 4: Fotografia mobilna i treści generowane przez użytkowników

- Zdjęcia, które sprzedają – kluczowe elementy skutecznej fotografii
- Smartfon vs. aparat – kiedy warto inwestować w sprzęt?
- Światło, ustawienia, kadrowanie – optymalizacja zdjęć produktowych
- UGC – jak pozyskiwać treści od klientów?
- Warsztat: Fotografowanie i edycja zdjęć produktów oraz modeli
- Q&A - podsumowanie

Dzień 5: Video marketing – Viralowe filmy i rolki

- Viral w 15 sekund – kluczowe elementy angażującego wideo
- Reels & Shorts – jak osiągnąć milionowe wyświetlenia?
- Nagrywaj pod montaż – optymalizacja pracy nad filmem
- CapCut Pro & AI – szybkie tworzenie dynamicznych treści
- Warsztat: Nagrywamy i montujemy wiralowe rolki
- Q&A - podsumowanie

Dzień 6: Reklama w social mediach/ Walidacja

- Zaawansowane cele reklamowe – jak dobierać strategię do branży?
- Meta Pixel & Analytics – śledzenie wyników i optymalizacja kampanii
- Struktura skutecznej kampanii – budżetowanie i testowanie
- Warsztat: Tworzenie kampanii do konkretnej marki
- Skrócony przegląd kluczowych tematów
- Walidacja szkolenia

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 54

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 54 Marka na lata – branding, pozycjonowanie i wartości marki	Anna Szaryk	04-04-2025	09:00	10:00	01:00
2 z 54 Grupy docelowe 2.0 – zaawansowana segmentacja i mikrotargetowanie	Anna Szaryk	04-04-2025	10:00	10:45	00:45
3 z 54 Przerwa higieniczna	Anna Szaryk	04-04-2025	10:45	11:00	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
4 z 54 Lejek marketingowy vs. AIDA – analiza skuteczności strategii	Anna Szaryk	04-04-2025	11:00	12:30	01:30
5 z 54 Big Data w marketingu – jak wykorzystać dane do skalowania działań	Anna Szaryk	04-04-2025	12:30	13:30	01:00
6 z 54 Przerwa obiadowa	Anna Szaryk	04-04-2025	13:30	13:45	00:15
7 z 54 Warsztat: Tworzenie unikalnej wartości marki	Anna Szaryk	04-04-2025	13:45	16:00	02:15
8 z 54 Przerwa higieniczna	Anna Szaryk	04-04-2025	16:00	16:15	00:15
9 z 54 Q&A - podsumowanie	Anna Szaryk	04-04-2025	16:15	17:00	00:45
10 z 54 Gdzie i jak się komunikować? – wybór platform i formatów treści	Anna Szaryk	05-04-2025	09:00	10:00	01:00
11 z 54 Kampanie w trudnych branżach – jak radzić sobie z ograniczeniami?	Anna Szaryk	05-04-2025	10:00	11:00	01:00
12 z 54 Przerwa higieniczna	Anna Szaryk	05-04-2025	11:00	11:15	00:15
13 z 54 Viralowy post – techniki angażowania odbiorców	Anna Szaryk	05-04-2025	11:15	13:15	02:00
14 z 54 Przerwa obiadowa	Anna Szaryk	05-04-2025	13:15	13:30	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
15 z 54 Social PR – storytelling i budowanie relacji	Anna Szaryk	05-04-2025	13:30	14:15	00:45
16 z 54 Warsztat: Tworzenie i optymalizacja harmonogramu publikacji	Anna Szaryk	05-04-2025	14:15	16:00	01:45
17 z 54 Przerwa higieniczna	Anna Szaryk	05-04-2025	16:00	16:15	00:15
18 z 54 Q&A - podsumowanie	Anna Szaryk	05-04-2025	16:15	17:00	00:45
19 z 54 AI w projektowaniu – jak i kiedy używać AI w content marketingu?	Anna Szaryk	06-04-2025	09:00	10:00	01:00
20 z 54 Canva Pro w praktyce – triki dla maksymalnej efektywności	Anna Szaryk	06-04-2025	10:00	10:45	00:45
21 z 54 Przerwa higieniczna	Anna Szaryk	06-04-2025	10:45	11:00	00:15
22 z 54 In-house vs. outsourcing – koszty i efektywność produkcji grafik	Anna Szaryk	06-04-2025	11:00	13:00	02:00
23 z 54 Przerwa obiadowa	Anna Szaryk	06-04-2025	13:00	13:15	00:15
24 z 54 Plan contentu na 30 dni – jak zaplanować skutecznie?	Anna Szaryk	06-04-2025	13:15	14:15	01:00
25 z 54 Warsztat: Tworzenie grafik dedykowanych konkretnej branży	Anna Szaryk	06-04-2025	14:15	16:00	01:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
26 z 54 Przerwa higieniczna	Anna Szaryk	06-04-2025	15:45	16:00	00:15
27 z 54 Przerwa higieniczna	Anna Szaryk	06-04-2025	16:00	16:15	00:15
28 z 54 Q&A - podsumowanie	Anna Szaryk	06-04-2025	16:15	17:00	00:45
29 z 54 Zdjęcia, które sprzedają – kluczowe elementy skutecznej fotografii	Anna Szaryk	11-04-2025	09:00	10:00	01:00
30 z 54 Smartfon vs. aparat – kiedy warto inwestować w sprzęt?	Anna Szaryk	11-04-2025	10:00	10:45	00:45
31 z 54 Przerwa higieniczna	Anna Szaryk	11-04-2025	10:45	11:00	00:15
32 z 54 Światło, ustawienia, kadrowanie – optymalizacja zdjęć produktowych	Anna Szaryk	11-04-2025	11:00	13:00	02:00
33 z 54 Przerwa obiadowa	Anna Szaryk	11-04-2025	13:00	13:15	00:15
34 z 54 UGC – jak pozyskiwać treści od klientów?	Anna Szaryk	11-04-2025	13:15	14:15	01:00
35 z 54 Warsztat: Fotografowanie i edycja zdjęć produktów oraz modeli	Anna Szaryk	11-04-2025	14:15	16:00	01:45
36 z 54 Przerwa higieniczna	Anna Szaryk	11-04-2025	16:00	16:15	00:15
37 z 54 Q&A - podsumowanie	Anna Szaryk	11-04-2025	16:15	17:00	00:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
38 z 54 Viral w 15 sekund – kluczowe elementy angażującego wideo	Anna Szaryk	12-04-2025	09:00	10:00	01:00
39 z 54 Reels & Shorts – jak osiągnąć milionowe wyświetlenia?	Anna Szaryk	12-04-2025	10:00	11:00	01:00
40 z 54 Przerwa higieniczna	Anna Szaryk	12-04-2025	11:00	11:15	00:15
41 z 54 Nagrywaj pod montaż – optymalizacja pracy nad filmem	Anna Szaryk	12-04-2025	11:15	13:15	02:00
42 z 54 Przerwa obiadowa	Anna Szaryk	12-04-2025	13:15	13:30	00:15
43 z 54 CapCut Pro & AI – szybkie tworzenie dynamicznych treści	Anna Szaryk	12-04-2025	13:30	14:15	00:45
44 z 54 Warsztat: Nagrywamy i montujemy wiralowe rolki	Anna Szaryk	12-04-2025	14:15	16:00	01:45
45 z 54 Przerwa higieniczna	Anna Szaryk	12-04-2025	16:00	16:15	00:15
46 z 54 Q&A - podsumowanie	Anna Szaryk	12-04-2025	16:15	17:00	00:45
47 z 54 Zaawansowane cele reklamowe – jak dobierać strategię do branży?	Anna Szaryk	13-04-2025	09:00	10:00	01:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
48 z 54 Meta Pixel & Analytics – śledzenie wyników i optymalizacja kampanii	Anna Szaryk	13-04-2025	10:00	11:00	01:00
49 z 54 Przerwa higieniczna	Anna Szaryk	13-04-2025	11:00	11:15	00:15
50 z 54 Struktura skutecznej kampanii – budżetowanie i testowanie	Anna Szaryk	13-04-2025	11:15	12:45	01:30
51 z 54 Przerwa obiadowa	Anna Szaryk	13-04-2025	12:45	13:00	00:15
52 z 54 Warsztat: Tworzenie kampanii do konkretnej marki	Anna Szaryk	13-04-2025	13:00	14:45	01:45
53 z 54 Skrócony przegląd kluczowych tematów - powtórzenie przed egzaminem	Anna Szaryk	13-04-2025	14:45	15:45	01:00
54 z 54 Walidacja - Test/Prezentacja	-	13-04-2025	16:00	19:00	03:00

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	10 000,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	10 000,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	200,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Anna Szaryk

Doświadczona trenerka z ponad 5-letnią praktyką w prowadzeniu szkoleń i warsztatów z zakresu marketingu internetowego, strategii social media oraz kampanii reklamowych Meta Ads. Współpracowała z licznymi markami, influencerami oraz firmami, pomagając im budować skuteczną obecność online.

Prowadzone szkolenia:

- Strategia social media dla firm (2021–obecnie) – budowanie marki w sieci
- Meta Ads w praktyce (2022–obecnie) – tworzenie kampanii reklamowych
- Tworzenie angażujących treści i storytelling (2021–obecnie)
- Instagram i Facebook dla biznesu (2020–obecnie) – zarządzanie profilami
- Content marketing i fotografia produktowa (2022–2024)

Współpraca z markami:

- Gentleman Barber Szczecin, Flawless Studio Szczecin (2019–2021) – prowadzenie social media
- Prenatal-Med Szczecin (2022–obecnie) – kampanie Meta Ads
- Influencerzy: @Christopherkeyy, @Christopherkeyy_styling (2021–obecnie) – zarządzanie wizerunkiem
- Vogue i Elle (2022) – kampanie reklamowe
- Tan Expert (2023) – organizacja dnia filmowego i art direction klipu

Doświadczenie zawodowe:

- Social Media Manager w Virtual People (od 2021)
- Współwłaścicielka Feedamina (2022–2024) – tworzenie contentu dla e-commerce
- Organizatorka warsztatów i konsultacji (od 2020)

Regularnie uczestniczy w branżowych konferencjach, podnosząc swoje kompetencje.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Każdy uczestnik otrzymuje materiały dydaktyczne oraz skrypt szkoleniowy.

Adres

ul. Tyniecka 28a
71-019 Szczecin
woj. zachodniopomorskie

Szkolenie zostanie przeprowadzone w Akademii Szkoleniowej Ogarnij.to.

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Piotr Pawelec

E-mail piotr.pawelec87@wp.pl

Telefon (+48) 695 506 985