

ENGINEERING
&
CONSULTING
SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ

IT ENGINEERING &
CONSULTING
SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ

★★★★★ 4,9 / 5
960 ocen

Budowanie strategii marketingowej z wykorzystaniem zaawansowanych narzędzi Facebooka i Instagrama - szkolenie

Numer usługi 2025/07/14/156609/2877666

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 31 h

📅 12.09.2025 do 14.09.2025

5 200,00 PLN brutto
5 200,00 PLN netto
167,74 PLN brutto/h
167,74 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Szkolenie skierowane jest do:

- **właścicieli firm i osób zarządzających marką**, którzy chcą skutecznie budować strategię marketingową w mediach społecznościowych,
- **specjalistów ds. marketingu, PR i social media**, odpowiedzialnych za planowanie i realizację kampanii online,
- **pracowników działów sprzedaży i obsługi klienta**, chcących wykorzystać potencjał TikToka, Facebooka i Instagrama do zwiększania widoczności marki, pozyskiwania klientów i budowania relacji,
- **freelancerów oraz osób prowadzących jednoosobową działalność**, którzy chcą rozwijać własny biznes i docierać do nowych odbiorców,
- **osób rozpoczynających karierę w marketingu cyfrowym**, pragnących poznać nowoczesne narzędzia i mechanizmy działania algorytmów,
- wszystkich zainteresowanych **tworzeniem skutecznych, angażujących i dopasowanych do trendów treści** w mediach społecznościowych oraz świadomym wykorzystywaniem reklam Meta Ads i TikTok Ads.

Minimalna liczba uczestników

4

Maksymalna liczba uczestników

8

Data zakończenia rekrutacji

11-09-2025

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

Liczba godzin usługi

31

Cel

Cel edukacyjny

Szkolenie „Budowanie strategii marketingowej z wykorzystaniem zaawansowanych narzędzi Facebooka i Instagrama” ma na celu przygotowanie uczestników do samodzielnego projektowania, wdrażania i optymalizowania skutecznych kampanii marketingowych w mediach społecznościowych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Posługuje się wiedzą w zakresie budowania strategii marketingowej z wykorzystaniem Facebooka	definiuje rolę Facebooka w budowaniu strategii marketingowej i komunikacji z klientem	Test teoretyczny
	charakteryzuje algorytm Facebooka i czynniki wpływające na zasięgi	Test teoretyczny
	omawia rodzaje treści dostępne na Facebooku (posty, live, wydarzenia, grupy, reklamy)	Test teoretyczny
	opisuje funkcjonalności Meta Business Suite i Menedżera Reklam w planowaniu kampanii	Test teoretyczny
	definiuje wskaźniki skuteczności reklam na Facebooku (CTR, CPC, ROAS, zasięg, zaangażowanie)	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
samodzielnie buduje rzetelny wizerunek w Internecie za pomocą Facebooka	stosuje w praktyce harmonogram publikacji i dobiera najlepsze godziny publikacji na Facebooku	Obserwacja w warunkach symulowanych
	tworzy treści dopasowane do różnych formatów (posty, wydarzenia, live, reklamy)	Obserwacja w warunkach symulowanych
	planuje, konfiguruje i optymalizuje kampanie reklamowe w Menedżerze Reklam	Obserwacja w warunkach symulowanych
	wykorzystuje narzędzia analityczne do oceny skuteczności działań marketingowych	Obserwacja w warunkach symulowanych
	segmentuje odbiorców, tworzy grupy niestandardowe i lookalike	Obserwacja w warunkach symulowanych
Posługuje się wiedzą w zakresie budowania marki osobistej z wykorzystaniem Instagrama	definiuje specyfikę Instagrama jako platformy wizualnej i różnice względem Facebooka,	Test teoretyczny
	charakteryzuje algorytm Instagrama i jego wpływ na widoczność treści,	Test teoretyczny
	opisuje formaty treści dostępne na Instagramie (stories, reels, posty, karuzele, IG Live)	Test teoretyczny
	opisuje rolę hashtagów i trendów wizualnych w zwiększaniu zasięgu	Test teoretyczny
	omawia narzędzia Meta do analizy statystyk Instagrama i oceny skuteczności działań	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
samodzielnie buduje rzetelny wizerunek w Internecie z wykorzystaniem narzędzi Instagrama	tworzy spójne i angażujące treści wizualne dopasowane do strategii marki	Obserwacja w warunkach symulowanych
	dobiera i stosuje hashtagi zwiększające zasięg i interakcje	Obserwacja w warunkach symulowanych
	projektuje reels i stories zgodne z trendami i wymaganiami algorytmu	Obserwacja w warunkach symulowanych
	wykorzystuje reklamy na Instagramie (feed, stories, reels) i targetuje odpowiednie grupy odbiorców	Obserwacja w warunkach symulowanych
	analizuje wyniki kampanii i wyciąga wnioski do optymalizacji działań	Obserwacja w warunkach symulowanych
Budowanie relacji wewnętrznych i zewnętrznych	Rozwiązuje problemy i podejmuje decyzje w kontekście tworzenia marki w internecie	Obserwacja w warunkach symulowanych
	stosuje dobre praktyki w tworzeniu marki osobistej	Obserwacja w warunkach symulowanych
	stosuje zasady komunikacji interpersonalnej w mediach społecznościowych	Obserwacja w warunkach symulowanych

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

Usługa "Budowanie strategii marketingowej z wykorzystaniem zaawansowanych narzędzi Facebooka i Instagrama - szkolenie" obejmuje zarówno zagadnienia teoretyczne jak i praktyczne aspekty poprawienia wizerunku firmy w Internecie z wykorzystaniem dostępnych narzędzi w popularnych mediach społecznościowych.

Kursanci zdobędą wiedzę na temat planowania strategii komunikacyjnej, analizy grup docelowych oraz wykorzystywania narzędzi biznesowych oferowanych przez platformy Meta, takich jak **Meta Business Suite**, **Menedżer Reklam**, **Audience Insights** czy **Creator Studio**.

Uczestnicy nauczą się budować spójne strategie contentowe, tworzyć angażujące treści dopasowane do odbiorców oraz efektywnie wykorzystywać formaty reklamowe i możliwości targetowania. Szczególny nacisk położony zostanie na analizę danych i mierzenie efektów działań marketingowych, co pozwoli uczestnikom podejmować świadome decyzje biznesowe. Szkolenie rozwija również kompetencje w zakresie kreatywności, krytycznego myślenia oraz świadomego korzystania z narzędzi cyfrowych w duchu **odpowiedzialnego i zrównoważonego marketingu**.

Moduł 1 – Wprowadzenie do mediów społecznościowych: Facebook i Instagram (2h)

- Historia i rozwój platform.
- Najważniejsze dane statystyczne i trendy 2026.
- Rola Facebooka i Instagrama w budowaniu strategii marketingowej.

Moduł 2 – Algorytmy i mechanizmy działania (2h)

- Jak działają algorytmy Meta – mechanizmy rekomendacji treści.
- Kluczowe czynniki wpływające na widoczność postów.
- Ćwiczenia: analiza feedu i reels pod kątem algorytmu.

Moduł 3 – Hashtagi i trendy w mediach społecznościowych (2h)

- Jak działają hashtagi na Instagramie i Facebooku.
- Narzędzia do wyszukiwania popularnych hashtagów.
- Ćwiczenia praktyczne: budowa zestawu hashtagów pod kampanię.

Moduł 4 – Zasady publikowania treści (2h)

- Jak planować harmonogram postów.
- Najlepsze godziny publikacji w 2026 roku.
- Mierzenie skuteczności postów (Insights, statystyki, zasięgi).

Moduł 5 – Reklamy i przykłady strategii (3h, 15min)

- Panele reklamowe: Menedżer Reklam i Meta Business Suite – przegląd funkcji.
- Tworzenie pierwszej kampanii reklamowej (ćwiczenie praktyczne).
- Analiza studiów przypadku – co działało, co nie.

Moduł 6 – Budowanie marki w social mediach (2h)

- Dlaczego warto budować markę na Facebooku i Instagramie.
- Definicja i elementy spójnej strategii wizerunkowej.
- Ćwiczenie: stworzenie mini-strategii dla wybranej branży.

Moduł 7 – Tworzenie angażujących treści (2h)

- Kluczowe elementy wirusowych treści.
- Strategie tworzenia treści, które zatrzymują uwagę.
- Rola storytellingu i emocji w marketingu online.

Moduł 8 – Format treści i edycja materiałów (2h)

- Typy treści na FB i IG: reels, stories, live, karuzele, posty sponsorowane.
- Techniki nagrywania i edycji filmów na social media.
- Ćwiczenia praktyczne: przygotowanie materiałów do kampanii.

Moduł 9 – Zaawansowana reklama w Meta Ads (3h, 10min)

- Cele kampanii reklamowych: ruch, konwersje, świadomość marki.
- Tworzenie grup odbiorców – targetowanie i lookalike.
- Optymalizacja kampanii i analiza wyników.
- Ćwiczenia: przygotowanie i optymalizacja własnej kampanii.

Moduł 10 – Porównanie skuteczności strategii (2h)

- Facebook vs. Instagram – różnice w odbiorcach i algorytmach.
- Jak dobrać platformę do grupy docelowej.
- Analiza case studies – przykłady skutecznych kampanii.

Moduł 11 – Narzędzia analityczne i optymalizacja (3h)

- Korzystanie z Meta Business Suite do raportowania.
- Jak analizować wskaźniki (CTR, CPC, ROI, ROAS).
- Praktyczne zadania: interpretacja raportów kampanii.

Moduł 12 – Tworzenie kompleksowej strategii (3h)

- Planowanie kampanii od A do Z.
- Spójność działań – content, reklama, storytelling.
- Ćwiczenie: stworzenie kompleksowej strategii dla wybranej marki.

Moduł 13 – podsumowanie (1h)

- Prezentacja projektów uczestników.
- Feedback trenera i omówienie kolejnych kroków.

Walidacja wiedzy - Test walidacyjny sprawdzający wiedzę teoretyczną i praktyczną (20min)

Walidacja umiejętności praktycznych odbywa się w trakcie zajęć z zastosowaniem metody Obserwacja w warunkach symulowanych prowadzoną przez walidatora usługi, nie ingerując w część edukacyjną usługi rozwojowej. Proces ten pozwala na bieżącą ocenę kompetencji uczestników nabywanych podczas szkolenia. Ostateczne potwierdzenie zdobytych kompetencji następuje po części edukacyjnej, poprzez napisanie przez uczestnika testu wiedzy, w którym uwzględniane są wyniki zarówno obserwacji praktycznej, jak i testu teoretycznego.

Dla lepszego przyswojenia programu szkoleń Uczestnicy otrzymają materiały dydaktyczne oraz przeprowadzony zostanie test sprawdzający wiedzę po szkoleniu, którego ukończenie pozwoli Uczestnikom uzupełnienie i uporządkowanie dotychczasowej wiedzy.

Usługa prowadzona jest w formie wykładu, ćwiczeń, chatu oraz dyskusji z uczestnikami szkolenia.

Usługa realizowana jest w godzinach dydaktycznych (45 min). Przerwy zostały uwzględnione w harmonogramie, są wliczone do liczby godzin usługi rozwojowej.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 17

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 17 Moduł 1 – Wprowadzenie do mediów społecznościowych: Facebook i Instagram (współdzielenie ekranu, wykład, dyskusja, chat)	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	12-09-2025	08:30	10:00	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
2 z 17 Moduł 2 – Algorytmy i mechanizmy działania (współdzielenie ekranu, wykład, dyskusja, chat)	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	12-09-2025	10:00	11:30	01:30
3 z 17 Moduł 3 – Hashtagi i trendy w mediach społecznościowych (współdzielenie ekranu, wykład, dyskusja, chat)	Beata Argalska	12-09-2025	11:30	13:00	01:30
4 z 17 przerwa	Beata Argalska	12-09-2025	13:00	13:30	00:30
5 z 17 Moduł 4 – Zasady publikowania treści (współdzielenie ekranu, wykład, ćwiczenia, dyskusja, chat)	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	12-09-2025	13:30	15:00	01:30
6 z 17 Moduł 5 – Reklamy i przykłady strategii (współdzielenie ekranu, wykład, ćwiczenia, dyskusja, chat)	Beata Argalska	12-09-2025	15:00	17:30	02:30
7 z 17 Moduł 6 – Budowanie marki w social mediach (współdzielenie ekranu, ćwiczenia, dyskusja, chat)	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	13-09-2025	08:30	10:00	01:30
8 z 17 Moduł 7 – Tworzenie angażujących treści (współdzielenie ekranu, ćwiczenia, dyskusja, chat)	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	13-09-2025	10:00	11:30	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
9 z 17 Moduł 8 – Format treści i edycja materiałów (współdzielenie ekranu, wykład, ćwiczenia, dyskusja, chat)	Beata Argalska	13-09-2025	11:30	13:00	01:30
10 z 17 przerwa	Beata Argalska	13-09-2025	13:00	13:30	00:30
11 z 17 Moduł 9 – Zaawansowana reklama w Meta Ads (współdzielenie ekranu, wykład, ćwiczenia, dyskusja, chat)	Beata Argalska	13-09-2025	13:30	15:55	02:25
12 z 17 Moduł 10 – Porównanie skuteczności strategii (współdzielenie ekranu, ćwiczenia, dyskusja, chat)	Beata Argalska	14-09-2025	08:30	10:00	01:30
13 z 17 Moduł 11 – Narzędzia analityczne i optymalizacja (współdzielenie ekranu, wykład, ćwiczenia, dyskusja, chat)	Beata Argalska	14-09-2025	10:00	11:30	01:30
14 z 17 przerwa	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	14-09-2025	11:30	12:00	00:30
15 z 17 Moduł 12 – Tworzenie kompleksowej strategii (współdzielenie ekranu, ćwiczenia, dyskusja, chat)	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	14-09-2025	12:00	14:15	02:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
16 z 17 Moduł 13 – podsumowanie (współdzielenie ekranu, dyskusja, chat)	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	14-09-2025	14:00	14:45	00:45
17 z 17 walidacja (współdzielenie ekranu, test)	-	14-09-2025	14:45	15:05	00:20

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 200,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 200,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	167,74 PLN
Koszt osobogodziny netto	167,74 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 2



1 z 2

Urszula Stefanowicz-Peczyńska

Założycielka agencji marketingowej - Detalle. W swoim 7 letnim doświadczeniu na stanowiskach managerskich współpracowała z zespołami marketingowymi, szkoląc i rozwijając swoje umiejętności w praktyce. Swoje doświadczenie w marketingu przekłada na szereg działań współpracując z wieloma firmami tworząc dla nich strategie marketingowe, kampanie, projekty, materiały foto i video. Jest specjalistką w tworzeniu komunikacji social media oraz influencer marketingu. Pracowała z wieloma markami lifestylowymi, wybierając kolekcje ubrań i sneakersów, które odmieniły rynek modowy i nadawały kierunek trendom. Jako brand manager stworzyła niezapomniane kampanie, sesje zdjęciowe, pokazy mody i współprace z influencerami. Przeprowadziła kilkadziesiąt godzin doradztwa i szkoleń w zakresie budowania strategii marketingowej, tworzenia kampanii czy budowania marki.

Wykształcenie wyższe

Studia podyplomowe - Grafika i multimedia - WSB Gdańsk, październik 2020r. - czerwiec 2021 r.

Studia podyplomowe - Psychodietetyka - Uniwersytet SWPS w Warszawie październik 2016 r. – czerwiec 2017 r.



2 z 2

Beata Argalska

Posiada ponad 7 letnie doświadczenie w Marketingu. Swoją karierę zaczynała w lifestylowym magazynie, agencji reklamowej i grupie deweloperskiej. Jest specjalistką w dziedzinie komunikacji marketingowej, insightu konsumenckiego, budowania strategii Social Media i marketingu deweloperskiego.

Od 2019 roku świadczy usługi w zakresie doradztwa i szkoleń z budowania strategii marketingowej oraz tworzenia kampanii reklamowych.

Wykształcenie wyższe:

- Akademia Wychowania Fizycznego i Sportu (mgr turystyki i rekreacji)
- Uniwersytet Gdański - Reklama i marketing medialny ukończone w 2019 roku
- Wyższa Szkoła Bankowa w Gdańsku - Grafika i multimedia, studia podyplomowe ukończone w 2021 roku

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały w postaci prezentacji i skryptu zostaną udostępnione dla uczestników podczas usługi oraz po jej realizacji.

Warunki uczestnictwa

Warunkiem skorzystania z usługi jest bezpośredni zapis na usługę za pośrednictwem Bazy Usług Rozwojowych oraz wypełnienie ankiety oceniającej usługę rozwojową.

Informacje dodatkowe

Usługa jest zwolniona z podatku VAT w przypadku, kiedy przedsiębiorstwo zwolnione jest z podatku VAT lub dofinansowanie wynosi co najmniej 70%. W innej sytuacji do ceny netto doliczany jest podatek VAT w wysokości 23%. Podstawa: §3 ust. 1 pkt. 14 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20.12.2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz szczegółowych warunków stosowania tych zwolnień (Dz.U. z 2018 r., poz. 701).

Usługa rozwojowa nie jest świadczona przez podmiot pełniący funkcję Operatora lub Partnera Operatora w danym projekcie PSF lub w którymkolwiek Regionalnym Programie lub FERS albo przez podmiot powiązany z Operatorem lub Partnerem kapitałowo lub osobowo.

Cena usługi nie obejmuje kosztów niezwiązanych bezpośrednio z usługą rozwojową, w szczególności kosztów środków trwałych przekazywanych Uczestnikom/-czkom projektu, kosztów dojazdu i zakwaterowania

Warunki techniczne

Usługa prowadzona jest za pośrednictwem platformy TEAMS

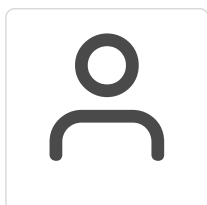
W celu odbioru transmisji Szkolenia online Uczestnik powinien dysponować:

- komputerem z zainstalowanym system operacyjnym Windows 7 albo nowszym albo macOS Sierra (10.12.6) albo nowszym lub urządzeniem mobilnym z zainstalowanym systemem operacyjnym Android (Lollipop) wersja 5.0 albo nowszym lub iOS wersja 9.3.5, albo nowszym, wyposażonym w ekran i głośniki;

- dostęp do sieci Internet, w zależności od wybranej jakości transmisji, o przepustowości łączy co najmniej: 240p 500 kbps 360p 1 Mbps 720p 3 Mbps, 1080p 7 Mbps 2K 12 Mbps 4K 22 Mbps;
- aktualną wersją przeglądarki Firefox, Opera, Microsoft Edge, Chrome lub Safari;
- kamerką internetową i mikrofonem
- Adobe acrobat w najnowszej wersji.

Podstawą do rozliczenia usługi, jest wygenerowanie z systemu raportu, umożliwiającego identyfikację wszystkich uczestników oraz zastosowanego narzędzia.

Kontakt



Marta Skraba

E-mail marta@it-ec.pl

Telefon (+48) 451 055 967