

**Specjalista ds. social media**

Numer usługi 2025/07/17/172967/2885075

4 900,00 PLN brutto

4 900,00 PLN netto

272,22 PLN brutto/h

272,22 PLN netto/h

IMPERIAL-DS
SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚ
CIĄ

Brak ocen dla tego dostawcy

📍 Złoty Potok / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 18 h

📅 11.10.2025 do 12.10.2025

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Szkolenie skierowane jest do specjalistów ds. marketingu, PR i social media, menedżerów oraz przedsiębiorców pragnących rozwijać kompetencje w obszarze mediów społecznościowych. Będzie odpowiednie zarówno dla osób stawiających pierwsze kroki w marketingu internetowym, jak i dla praktyków, którzy chcą usystematyzować wiedzę i poznać najnowsze narzędzia oraz strategię. Z oferty mogą skorzystać również pracownicy działów sprzedaży i obsługi klienta, freelancerzy oraz właściciele małych firm, którzy samodzielnie prowadzą komunikację marki w social mediach. Uczestnicy powinni posiadać podstawową umiejętność obsługi komputera i smartfona; nie jest wymagane wcześniejsze doświadczenie w reklamie internetowej – wszystkie kluczowe pojęcia i narzędzia zostaną wyjaśnione od podstaw w trakcie szkolenia.

Minimalna liczba uczestników

4

Maksymalna liczba uczestników

10

Data zakończenia rekrutacji

31-07-2025

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

18

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 „Marketing w social mediach – od strategii do efektów” przygotowuje uczestników do planowania i realizacji działań w mediach społecznościowych. Uczestnicy nauczą się tworzyć strategię, prowadzić kampanie na Facebooku, Instagramie, LinkedInie i TikToku oraz analizować wyniki. Program łączy teorię z praktyką, umożliwiając skuteczne budowanie marki, zwiększanie zaangażowania i wspieranie sprzedaży.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
--------------------	----------------------	------------------

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Charakteryzuje kluczowe pojęcia i trendy marketingu w mediach społecznościowych. Uczestnik rozumie specyfikę komunikacji na różnych platformach. Opracowuje kompleksową strategię marketingową w social mediach dostosowaną do celów firmy oraz grupy docelowej. Tworzy angażujące treści dopasowane do specyfiki różnych platform social media. Uczestnik potrafi przygotować atrakcyjny post, grafikę lub krótki film wideo. Planuje harmonogram publikacji i wykorzystuje narzędzia automatyzacji do efektywnego zarządzania obecnością firmy w social mediach. Konfiguruje i uruchamia podstawowe kampanie reklamowe w mediach społecznościowych (Facebook/Instagram Ads, LinkedIn Ads) optymalizując budżet i targetowanie Analizuje wyniki działań marketingowych w social mediach i wyciąga wnioski umożliwiające optymalizację strategii.	Definiuje i wyjaśnia podstawowe terminy z zakresu social media marketingu (m.in. algorytm, grupa docelowa, zasięg organiczny vs płatny, CTA, konwersja, KPI). - Wymienia aktualne trendy i najlepsze praktyki w social media (np. formaty Stories/Reels, marketing wirusowy, influencer marketing) i opisuje ich znaczenie - Analizuje cele biznesowe/marketingowe organizacji i na ich podstawie formułuje mierzalne cele działań w social mediach (np. zwiększenie zasięgu, generowanie leadów, wzrost sprzedaży online). - Identyfikuje grupy docelowe (tworzy profile person) i opisuje ich potrzeby oraz preferencje w kontekście doboru treści i kanałów komunikacji. - Dobiera odpowiednie platformy social media (Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok) i formaty treści do określonych grup odbiorców oraz założonych celów kampanii. - Przygotowuje uproszczoną strategię (plan działań) dla wybranej marki – określa harmonogram aktywności, role i zasoby potrzebne do realizacji strategii.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie Analiza dowodów i deklaracji
	projektuje przykładowe posty (tekst + media) dla wybranych platform, dostosowując styl komunikacji, format i język przekazu do danej sieci (np. profesjonalny ton na LinkedIn vs. swobodny, rozrywkowy charakter TikToka). - Tworzy elementy graficzne lub wideo wspierające komunikat (np. prostą grafikę promocyjną w narzędziu typu Canva, krótki klip wideo/Reel) zgodnie z zasadami estetyki i spójnej identyfikacji wizualnej marki. - Stosuje techniki zwiększające zaangażowanie odbiorców w treści (m.in. ciekawy nagłówek, call to action, hashtagi, tagowanie osób lub miejsc, ankiety/interakcje w stories).	Analiza dowodów i deklaracji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
	Opracowuje kalendarz treści (plan publikacji) na określony okres (np. tydzień lub miesiąc), uwzględniając różnorodność formatów (posty informacyjne, grafiki, wideo, relacje) i cykliczność działań. - Określa optymalne częstotliwości i pory publikacji dla różnych kanałów na podstawie danych o aktywności odbiorców. - Wskazuje narzędzia do automatyzacji publikacji i zarządzania treściami (np. Meta Business Suite, Buffer, Hootsuite) oraz opisuje ich zastosowanie w celu planowania postów z wyprzedzeniem i cross-postingu treści. - Demonstruje umiejętność zaplanowania przykładowego posta z użyciem narzędzia harmonogramującego (np. tworzy post w wersji roboczej z ustawieniem daty publikacji)	Analiza dowodów i deklaracji
	Wymienia główne elementy kampanii reklamowej w social media (cel kampanii, grupa docelowa, budżet i harmonogram, format reklamy, miejsce emisji) i wyjaśnia ich znaczenie dla skuteczności reklamy. - Ustawia prostą kampanię reklamową testowo w Menedżerze Reklam Facebook/Instagram (wybiera cel, definiuje grupę docelową po podstawowych kryteriach, ustala budżet dzienny/całkowity, wybiera format reklamy i przygotowuje treść reklamy – grafikę/filmik oraz tekst). - Tłumaczy, w jaki sposób monitorować wyniki aktywnej kampanii (podstawowe wskaźniki takie jak zasięg, kliknięcia, CTR, konwersje) i kiedy oraz jak dokonać korekt (np. zmiana grupy docelowej, zwiększenie budżetu) dla lepszych rezultatów.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
	Posługuje się podstawowymi narzędziami analitycznymi mediów społecznościowych (Facebook Insights, Instagram Insights, LinkedIn Analytics oraz Google Analytics dla ruchu z social media) – potrafi odnaleźć i odczytać kluczowe metryki (zasięg, liczba wyświetleń, zaangażowanie, kliknięcia, współczynnik konwersji itp.). - Interpretuje zebrane dane: identyfikuje, które działania/przekazy przyniosły najlepsze rezultaty, a które wymagają poprawy lub zmiany podejścia. - Proponuje konkretne rekomendacje usprawnień na przyszłość na podstawie analizy (np. zmiana typu treści, publikacja w innych godzinach, korekta grupy docelowej reklamy, wykorzystanie nowego kanału), wykazując zrozumienie koncepcji ciągłego doskonalenia strategii.	Test teoretyczny

Kwalifikacje

Inne kwalifikacje

Uznane kwalifikacje

Pytanie 4. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kwalifikacji jest rozpoznawalny i uznawalny w danej branży/sektorze (czy certyfikat otrzymał pozytywne rekomendacje od co najmniej 5 pracodawców danej branży/sektorów lub związku branżowego, zrzeszającego pracodawców danej branży/sektorów)?

TAK

Informacje

Podstawa prawna dla Podmiotów / kategorii Podmiotów	uprawnione do realizacji procesów walidacji i certyfikowania na mocy innych przepisów prawa
Nazwa Podmiotu prowadzącego walidację	Imperial-DS sp. z o.o.
Podmiot prowadzący walidację jest zarejestrowany w BUR	Tak
Nazwa Podmiotu certyfikującego	Fundacja My Personality Skills
Podmiot certyfikujący jest zarejestrowany w BUR	Nie

Program

Dzień 1 – Strategia i tworzenie treści (9 godzin): Pierwszego dnia uczestnicy zagłębią się w **strategiczne planowanie działań w social mediach**. Omówione zostaną fundamenty skutecznej obecności marki w mediach społecznościowych – od doboru właściwych platform i ustalenia celów, przez analizę **grup docelowych**, aż po zbudowanie **kompleksowej strategii komunikacji**. Następnie skupimy się na **tworzeniu angażujących treści**: uczestnicy poznają zasady kreowania atrakcyjnych postów, grafik i materiałów wideo dostosowanych do specyfiki Facebooka, Instagrama, LinkedIna czy TikToka. Część warsztatowa obejmie m.in. ćwiczenia z przygotowywania postów i prostych grafik (np. przy użyciu darmowych narzędzi online), tak aby każdy uczestnik potrafił samodzielnie stworzyć content przyciągający uwagę i zgodny z wizerunkiem marki.

Dzień 2 – Reklama, analityka i planowanie działań (9 godzin): Drugi dzień koncentruje się na **promocji i optymalizacji**. Uczestnicy poznają podstawy prowadzenia **kampanii reklamowych** w mediach społecznościowych – dowiedzą się, jak efektywnie wykorzystywać Menedżera Reklam Facebooka (oraz analogiczne narzędzia na Instagramie i LinkedIn) do targetowania odbiorców i zarządzania budżetem. W części praktycznej stworzą przykładową kampanię reklamową krok po kroku. Kolejnym blokiem tematycznym jest **analityka i automatyzacja**: zaprezentujemy narzędzia do monitorowania wyników (np. Facebook/Instagram Insights) oraz nauczymy interpretować kluczowe wskaźniki skuteczności. Na podstawie case study uczestnicy przećwiczą wyciąganie wniosków z danych i proponowanie działań korygujących. Omówimy również, jak **automatyzować publikacje** (planery postów, integracja różnych kanałów) oraz jak opracować **harmonogram działań po szkoleniu**, by utrzymać regularność i konsekwencję w komunikacji. Na zakończenie przewidziano **egzamin** potwierdzający zdobytą wiedzę i umiejętności.

Moduły tematyczne:

- **Moduł 1:** Wprowadzenie do social media – **platformy, trendy, algorytmy**.
- **Moduł 2:** **Strategia social media** – cele marketingowe, analiza grup docelowych, wybór kanałów.
- **Moduł 3:** **Content marketing w praktyce** – tworzenie postów, grafik i wideo; storytelling, dopasowanie przekazu do medium.
- **Moduł 4:** **Reklama w mediach społecznościowych** – podstawy Facebook Ads, konfiguracja kampanii, targetowanie i budżet.
- **Moduł 5:** **Planowanie i automatyzacja** – harmonogram publikacji, narzędzia do zarządzania treściami, automatyczne publikowanie.
- **Moduł 6:** **Analityka i optymalizacja** – mierzenie efektów (KPI, narzędzia analityczne) oraz ciągłe doskonalenie strategii na podstawie danych.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 8

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 8 Strategia marki w social mediach – rola mediów społecznościowych w marketingu.	Paulina Szlakowska	11-10-2025	08:00	11:30	03:30
2 z 8 Planowanie komunikacji i contentu – opracowanie strategii komunikacji	Paulina Szlakowska	11-10-2025	11:45	14:30	02:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
3 z 8 Analityka i optymalizacja działań – kluczowe metryki (zasięg, zaangażowanie, CTR, konwersje), narzędzia analityczne w social mediach; interpretacja wyników kampanii.	Paulina Szlakowska	11-10-2025	14:40	16:40	02:00
4 z 8 Tworzenie angażujących treści – praktyczne warsztaty: tworzenie postów i grafik.	Paulina Szlakowska	11-10-2025	15:15	17:30	02:15
5 z 8 Podsumowanie dnia – pytania od uczestników, omówienie najważniejszych wniosków z dnia	Paulina Szlakowska	11-10-2025	17:30	18:00	00:30
6 z 8 Reklama w social media – wprowadzenie do menedżerów reklam (Facebook Ads Manager, LinkedIn Campaign Manager)	Paulina Szlakowska	12-10-2025	09:00	11:30	02:30
7 z 8 Automatyzacja i narzędzia – przegląd narzędzi usprawniających pracę social media managera: planowanie postów (Meta Business Suite, inne aplikacje), cross-posting treści	Paulina Szlakowska	12-10-2025	11:45	14:15	02:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
8 z 8 Egzamin końcowy – walidacja nabytej wiedzy i umiejętności test teoretyczny	-	12-10-2025	15:30	17:30	02:00

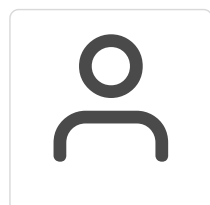
Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	4 900,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	4 900,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	272,22 PLN
Koszt osobogodziny netto	272,22 PLN
W tym koszt walidacji brutto	300,00 PLN
W tym koszt walidacji netto	300,00 PLN
W tym koszt certyfikowania brutto	300,00 PLN
W tym koszt certyfikowania netto	300,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Paulina Szlakowska

doświadczona specjalistka ds. marketingu i reklamy internetowej z kilkunastoletnim stażem. Od lat skutecznie wspiera firmy i instytucje w promocji online, tworząc kompleksowe kampanie reklamowe oraz strategie obecności w mediach społecznościowych. Jej praktyka obejmuje obsługę narzędzi takich jak Google Ads, Google Analytics, Meta Ads (Facebook, Instagram), Allegro Ads, AI, a także marketplace'y i SEO.

Tworzy skuteczne treści marketingowe, prowadzi profile w mediach społecznościowych (Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, LinkedIn), współpracuje z mediami oraz lokalnymi kanałami promocji. Specjalizuje się w analizie danych, pozycjonowaniu stron WWW, tworzeniu kampanii zasięgowych (lokalnych i ogólnopolskich), a także marketingu szeptanym, e-mail marketingu i współpracy z influencerami.

Na co dzień doradza w zakresie doboru grup docelowych, tworzy oferty B2B, materiały reklamowe (ulotki, plakaty, kalendarze) i treści sprzedażowe. Posiada wysokie kompetencje w zakresie grafiki (Corel, Photoshop, Canva), audio-wideo oraz copywritingu. Jej wiedza poparta jest praktyką – posiada rozbudowane portfolio projektów i kampanii zrealizowanych dla klientów z różnych sektorów.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Informacje o materiałach dla uczestników

Każdy uczestnik otrzyma komplet **materiałów szkoleniowych**, na które składają się: drukowany skrypt lub notatki z najważniejszymi treściami poruszonymi podczas zajęć, kopie slajdów z prezentacji, zestawy ćwiczeń warsztatowych oraz przykładowe szablony (np. wzór kalendarza publikacji, checklisty planowania kampanii). Materiały te będą także udostępnione w formie elektronicznej (PDF) po zakończeniu szkolenia. Uczestnicy zyskają ponadto dostęp do **zamkniętej grupy online** absolwentów szkolenia, gdzie będą mogli dzielić się pytaniami i doświadczeniami oraz otrzymać dodatkowe wskazówki od trenera już po zakończeniu kursu.

Informacje dodatkowe

Szkolenie obejmuje łącznie **18 godzin zegarowych** realizowanych w trybie stacjonarnym. Zajęcia prowadzone są w małej grupie do 10 osób co umożliwia indywidualne podejście trenera do każdego uczestnika.

Egzamin końcowy odbywa się stacjonarnie pod nadzorem uprawnionego walidatora. Składa się z testu teoretycznego. Pozytywny wynik egzaminu skutkuje uzyskaniem certyfikatu potwierdzającego nabycie kwalifikacji „**Specjalista ds. social media**”. Program szkolenia został skonsultowany z pracodawcami z sektora marketingu i odpowiada aktualnym potrzebom rynku.

Uprzejmie prosimy uczestników o zabranie ze sobą telefonu (na którym Uczestnik prowadzi social media), laptopa oraz, w miarę możliwości, myszki komputerowej (która może okazać się przydatna podczas szkolenia). W przypadku braku dostępu do wymienionego sprzętu lub niemożności

Adres

Złoty Potok 35
42-253 Złoty Potok
woj. śląskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt

 Kamil Dobrowolski



E-mail kamildobrowolski01@gmail.com

Telefon (+48) 665 464 104