



Social Media od Podstaw: Canva, Wideo, MetaAds i AI – praktyczne szkolenie dla początkujących twórców

Numer usługi 2025/08/12/170452/2936789

2 200,00 PLN brutto
2 200,00 PLN netto
137,50 PLN brutto/h
137,50 PLN netto/h

POZYSKAJ

DOTACJE SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚ
CIĄ

Brak ocen dla tego dostawcy

📍 Sowin / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 16 h

📅 19.09.2025 do 20.09.2025

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Osoby indywidualne:

- Początkujący freelancerzy chcący zdobyć umiejętności w zakresie social media i grafiki.
- Osoby planujące pracę w marketingu cyfrowym lub social media.
- Przedsiębiorcy, właściciele małych firm chcący samodzielnie prowadzić działania marketingowe.

Pracownicy działów marketingu i komunikacji:

- Specjaliści ds. marketingu chcący podnieść kompetencje w zakresie tworzenia grafik i video.
- Social Media Managerowie, asystenci i koordynatorzy projektów marketingowych.
- Copywriterzy i graficy chcący poznać narzędzia automatyzujące pracę i nowe trendy.

Pracodawcy i menedżerowie:

- Osoby odpowiedzialne za rozwój zespołów marketingowych.
- Startupy i firmy, które chcą przeszkolić swoich pracowników w nowych narzędziach marketingowych.

Studenci i osoby zmieniające branżę:

- Studenci kierunków związanych z marketingiem, mediami cyfrowymi, grafiką.
- Osoby, które chcą przekwalifikować się do pracy w marketingu cyfrowym.

Minimalna liczba uczestników

2

Maksymalna liczba uczestników

12

Data zakończenia rekrutacji	18-09-2025
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	16
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 przygotowuje uczestników do samodzielnego tworzenia kampanii promocyjnych w mediach społecznościowych – od koncepcji, przez projektowanie, aż po publikację. Uczestnicy zdobędą praktyczne umiejętności w tworzeniu estetycznych grafik w Canvie, generowaniu angażujących treści z pomocą AI (m.in. ChatGPT), planowaniu i uruchamianiu reklam w Meta Ads oraz automatyzacji publikacji. Program trwa 24 godziny, po których uczestnik będzie potrafił przygotować kompletną kampanię od pomysłu do reali

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
Uczestnik definiuje i wyjaśnia podstawowe pojęcia związane z komunikacją wizualną, grafiką internetową, projektowaniem graficznym, tworzeniem treści wideo oraz marketingiem w mediach społecznościowych z wykorzystaniem narzędzi cyfrowych i sztucznej inteligencji (np. ChatGPT, Midjourney, Meta Ads, Canva AI). Charakteryzuje zasady estetyki i spójności w projektowaniu materiałów promocyjnych, rolę Social Media Managera w procesie komunikacji marki oraz możliwości i funkcjonalności narzędzi Canva, Meta Ads i aplikacji do automatyzacji i montażu wideo.	Poprawnie rozpoznaje i wyjaśnia pojęcia: komunikacja wizualna, identyfikacja wizualna, spójność graficzna, typografia, format postu, CTA, storytelling wizualny, storytelling marketingowy, Meta Ads, automatyzacja treści, Canva AI.	Test teoretyczny
	Rozróżnia narzędzia graficzne (np. Canva) i tekstowe (np. ChatGPT) oraz określa ich rolę w procesie tworzenia treści marketingowych.	Test teoretyczny
	Wskazuje i opisuje kluczowe zasady estetyczne: minimalizm, przejrzystość, kontrast, hierarchia wizualna, dobór kolorów i fontów.	Test teoretyczny
	Charakteryzuje spójność wizualną jako element budowania rozpoznawalnej marki – powtarzalność stylu, formatów, komunikatów i tonu wypowiedzi.	Test teoretyczny
	Opisuje zadania Social Media Managera – planowanie treści, nadzór nad spójnością wizualną, współpraca z zespołem (grafik, copywriter, klient), monitorowanie reakcji odbiorców.	Test teoretyczny
	Charakteryzuje zależność między projektem graficznym i wideo a strategią komunikacyjną marki.	Test teoretyczny
	Wskazuje funkcje narzędzi (Canva, Meta Ads, aplikacje wideo) odpowiadające za konkretne działania, takie jak przygotowanie szablonów, planowanie kampanii, automatyczne publikowanie postów.	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik organizuje proces tworzenia treści w social mediach – od pomysłu, przez harmonogram, po publikację i działania reklamowe. Montuje i projektuje materiały promocyjne w różnych formatach (grafika, karuzela, relacja, miniaturka, wideo) z wykorzystaniem Canvy, Meta Ads i aplikacji do wideo. Planuje strukturę kampanii promocyjnej, rozróżnia skuteczne i nieskuteczne rozwiązania w marketingu internetowym oraz ocenia wpływ własnych działań promocyjnych na odbiorców.	Zarządza etapami realizacji treści – od koncepcji, przez projekt graficzny i copywriting, aż po publikację i reklamy.	Analiza dowodów i deklaracji
	Korzysta z narzędzi do planowania (np. Creator Studio, Meta Business Suite, Notion, Trello, Canva planner, Google Kalendarz)	Analiza dowodów i deklaracji
	Tworzy kompletne materiały promocyjne – łączy grafikę, nagłówki, opis i CTA w spójną całość.	Analiza dowodów i deklaracji
	Dobiera układ, proporcje, marginesy, grafiki i teksty w jednej kompozycji.	Analiza dowodów i deklaracji
	Przygotowuje różne formaty postów: karuzele, grafiki, relacje, miniaturki, rolki.	Analiza dowodów i deklaracji
	Na podstawie przykładów wskazuje błędy i poprawne praktyki w prezentacji graficznej i wideo.	Test teoretyczny
	Dobiera właściwe elementy planu kampanii (format, narzędzie, dzień publikacji) do strategii.	Test teoretyczny
	Wybiera odpowiedni typ posta lub reklamy w zależności od celu marketingowego.	Test teoretyczny
Uczestnik kontroluje jakość tworzonych materiałów promocyjnych pod kątem estetyki, spójności i zgodności z założeniami kampanii. Weryfikuje dopasowanie treści do grupy odbiorców oraz dostosowuje sposób komunikacji do ich potrzeb.	Analizuje, które działania zwiększają zaangażowanie, budują wizerunek lub są nieefektywne.	Test teoretyczny
	Ocenia poprawność techniczną projektów (rozdzielczość, proporcje, formaty, widoczność CTA).	Test teoretyczny
	Weryfikuje spójność komunikatów z tonem marki i oczekiwaniami odbiorców.	Test teoretyczny
	Analizuje zachowania i preferencje grupy docelowej na podstawie języka, form treści i godzin aktywności.	Test teoretyczny
	Dostosowuje styl graficzny i sposób wypowiedzi do wieku, zainteresowań i poziomu zaangażowania odbiorców.	Test teoretyczny

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

Warunki osiągnięcia celu:

Uczestnik osiągnie cel usługi poprzez aktywne uczestnictwo w szkoleniu stacjonarnym, realizację ćwiczeń praktycznych oraz pracę nad projektami podczas zajęć. Po zakończeniu szkolenia uczestnik otrzyma imienny certyfikat potwierdzający nabyte kompetencje.

Forma prowadzenia: szkolenie stacjonarne

Czas trwania: 16 godzin (2 dni × 8 godzin)

Przerwy: są wliczone w czas trwania szkolenia

Walidacja: test teoretyczny (30 minut) oraz analiza wykonanych projektów – wyniki dostępne do 2 dni roboczych po zakończeniu szkolenia

Materiały: uczestnicy otrzymują materiały szkoleniowe w formie prezentacji elektronicznej (ebook)

Wsparcie techniczne: kontakt mailowy i telefoniczny w razie problemów

Zakres tematyczny:

Dzień 1 (8 godzin)

Wprowadzenie i podstawy komunikacji wizualnej

- Przedstawienie programu i zebranie oczekiwań
- Podstawy percepcji wizualnej: kolor, typografia, trendy graficzne
- Podstawy pracy w Canvie: interfejs, szablony, układy, formaty
- Projektowanie grafik do mediów społecznościowych – estetyka i dopasowanie do platform
- Wprowadzenie do AI w marketingu: Canva AI, ChatGPT – podstawy
- Filmowanie – sprzęt, oświetlenie, dźwięk, pierwsze nagrania wideo (1 godzina praktyki)

Narzędzia marketingowe i automatyzacja

- Meta Ads: struktura konta, cele kampanii, dobór grupy odbiorców
- Praktyczne uruchamianie kampanii reklamowych – dobór grafik i tekstów

Dzień 2 (8 godzin)

- Planowanie i automatyzacja postów: Meta Business Suite
- Tworzenie treści z ChatGPT – praktyka pisania tekstów marketingowych
- Filmowanie reklam – krótkie formy, CTA, kadrowanie (1 godzina praktyki)
- Analiza przykładów dobrych i złych praktyk w grafice i wideo w social media

Wideomarketing, montaż i praca z klientem

- Storytelling wizualny, konstrukcja nagłówków, CTA
- Montaż wideo: aplikacje mobilne i desktopowe, dodawanie napisów, muzyki i grafiki
- Praca nad własnym materiałem video – autoprezentacja, intro, portfolio (2 godziny praktyki)
- Zarządzanie kampanią promocyjną – planowanie, harmonogram, dobór formatu i narzędzi
- Dobre praktyki pracy Social Media Managera i freelancera
- Podsumowanie i omówienie projektów – indywidualny feedback
- Walidacja: test teoretyczny oraz ocena projektów

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 2

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 2 Wprowadzenie i podstawy komunikacji wizualnej / Narzędzia marketingowe i automatyzacja	Diana Wójcik	19-09-2025	09:00	17:00	08:00
2 z 2 Narzędzia marketingowe i automatyzacja / Wideomarketing, montaż i praca z klientem	Diana Wójcik	20-09-2025	09:00	17:00	08:00

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	2 200,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	2 200,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	137,50 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Diana Wójcik

Diana Wójcik to doświadczona specjalistka w obszarze tworzenia treści wideo i fotograficznych dedykowanych mediom społecznościowym, z ponad pięcioletnią praktyką w branży. Specjalizuje się w produkcji autentycznych materiałów UGC, które skutecznie wspierają działania sprzedażowe oraz budują wizerunek i zaufanie do marki. Prowadzi własną działalność gospodarczą, w ramach której realizuje zlecenia na tworzenie treści UGC dla firm zewnętrznych.

Posiada bogate portfolio współpracy z renomowanymi firmami, takimi jak Amazon, Lotto, Chocolissimo, Natu.Care, Foodsi, Ziko Dermo, Mother's Protect czy Mokosh, gdzie realizowała skuteczne kampanie reklamowe oraz materiały contentowe.

Jako trener i ekspert w zakresie social media oraz marketingu cyfrowego, Diana wspiera mikro i małe przedsiębiorstwa oraz twórców w rozwijaniu umiejętności produkcji profesjonalnych i angażujących materiałów wideo. Jej szkolenia łączą praktyczną wiedzę, aktualne trendy branżowe oraz strategiczne podejście do tworzenia treści, co przekłada się na realne efekty biznesowe uczestników.

Każde szkolenie prowadzone przez Dianę cechuje indywidualne podejście do potrzeb uczestników oraz dostosowanie programu do specyfiki branży i celów biznesowych. Dzięki temu uczestnicy nabywają kompetencje niezbędne do tworzenia efektywnego contentu, który przyciąga uwagę, angażuje odbiorców i wspiera rozwój firmy.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy powinni mieć ze sobą telefon i laptop. Otrzymają również karty pracy

Adres

Sowin 63
21-200 Sowin
woj. lubelskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Wi-fi

Kontakt



Maciej Paśnicki

E-mail pdotacje@gmail.com

Telefon (+48) 662 326 748