



Planowanie i prowadzenie działań marketingowych w mediach społecznościowych (Social Media) - szkolenie

Numer usługi 2025/08/19/161607/2946632

2 214,00 PLN brutto
1 800,00 PLN netto
221,40 PLN brutto/h
180,00 PLN netto/h

Interactive
Advertising Institute
Sp. z o.o.

★★★★★ 4,6 / 5
8 ocen

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 10 h

📅 08.12.2025 do 10.12.2025

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Zapraszamy wszystkich, którzy potrzebują kompleksowego utrwalenia wiedzy w zakresie social mediów, a w szczególności:

- osoby, które działają online oferując usługi lub produkty
- specjaliści e-marketingu i PR odpowiedzialni za pozyskiwanie i utrzymywanie relacji z klientami
- handlowcy pozyskujący klientów w działaniach bezpośrednich (telefon, e-mail)

Usługa jest również adresowana do uczestników projektów:

- Kierunek Kariera Zawodowa,
- Kierunek – Rozwój.
- Małopolski pociąg do kariery
- oraz pozostałych projektów i osób indywidualnych

Minimalna liczba uczestników

4

Maksymalna liczba uczestników

15

Data zakończenia rekrutacji

05-12-2025

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

Liczba godzin usługi

10

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Znak Jakości Małopolskich Standardów Usług Edukacyjno-Szkoleniowych (MSUES) - wersja 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Usługa "Planowanie i prowadzenie działań marketingowych w Social Mediach" przygotowuje do prowadzenia samodzielnych działań w zakresie strategii i taktyk w mediach społecznościowych, znajomości celów i KPI , określania taktycznych działań, identyfikowania grupy docelowej i skutecznego docierania do potencjalnych klientów, do znajomości i odpowiedniego wykorzystania platform w mediach społecznościowych, prowadzenia na nich działań marketingowych, oraz mierzenia efektywności.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
planuje i prowadzi działania marketingowe w mediach społecznościowych, stosując adekwatne strategie i taktyki	charakteryzuje strategię marketingową dla wybranych mediów społecznościowych, uwzględniającej cele, grupy docelowe, harmonogram publikacji, budżet oraz wskaźniki efektywności (KPI). Dobiera odpowiednie taktyki i narzędzia do realizacji strategii	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
przygotowuje i dystrybuuje treści z wykorzystaniem algorytmów dla poszczególnych kanałów internetowych	planuje tworzenie angażujących treści dostosowanych do specyfiki poszczególnych platform społecznościowych (format, długość, styl). Wykorzystanie narzędzi do analizy i optymalizacji treści pod kątem algorytmów (np. zasięg, interakcje, czas publikacji). Publikacja treści w optymalnych terminach i częstotliwości dla każdego kanału	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
komunikuje się z odbiorcami w sposób adekwatny dla grupy docelowej i pomagający osiągnąć założone cele	dobiera spójny i angażujący przekaz w komunikacji z odbiorcami. dobiera język, styl i ton komunikacji do specyfiki grupy docelowej	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
planuje działania w harmonogramie treści bądź kalendarzu contentowym	planuje szczegółowo harmonogram publikacji treści w mediach społecznościowych. Dobiera w harmonogramie różnorodne formaty treści (posty, relacje, filmy, ankiety itp.). Regularnie aktualizuje harmonogram i dostosowuje go do zmieniających się potrzeb i okoliczności.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
posługuje się odpowiednimi narzędziami (sprzętem i oprogramowaniem)	dobiera narzędzia do obsługi zarządzania mediami społecznościowymi Wykorzystuje narzędzia do analizy i monitoringu mediów społecznościowych Charakteryzuje narzędzia do tworzenia i edycji grafik i wideo	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
monitoruje skuteczność i efektywność wdrażanych rozwiązań	Definiuje kluczowe wskaźniki efektywności (KPI) dla działań w mediach społecznościowych - zasięg, zaangażowanie, konwersje	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

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

1. Strategie i taktyki w mediach społecznościowych - 2h 30 min (30 min teoria, 2h praktyka)

- cele i KPI w social media – od zasięgów po sprzedaż
- planowanie działań taktycznych w mediach społecznościowych krok po kroku
- kategorie i narzędzia społecznościowe - od serwisów społecznościowych przez blogi po influencerów
- wady i zalety social media, czyli świadomość wyboru narzędzi
- grupa docelowa i adresaci kampanii – kto i jak korzysta z social media?

2. Facebook i Instagram i inne platformy społecznościowe - 2 h 30 min (1 h teoria, 1 h 30 min praktyka)

a) Facebook:

- jak identyfikować grupę docelową i skutecznie docierać do potencjalnych klientów? FB Audience Insights w praktyce
- co wybrać i na co postawić? - zasięg organiczny, płatny, wirusowy

- komunikacja organiczna - jak pisać angażujące posty i skłaniać do akcji?
- reklama na Facebooku krok po kroku - od celów przez formaty do pomiaru skuteczności
- przegląd możliwości reklamowych FB i IG Grupy podobnych i niestandardowych odbiorców

b) Instagram:

- strategiczne sposoby na zaistnienie na IG
- tworzenie własnego kanału krok po kroku
- jak tworzyć angażujące reklamy na IG?
- reklama na IG od A do Z – formaty, koszty, efektywność
- współpraca z youtuberami i digital influencerami oraz sieciami MCN - zasady, wybór, koszty
- kreatywne sposoby na IG i przykłady skutecznych komunikacji/kampanii

c) Pozostałe platformy społecznościowe:

- YouTube krok po kroku – jak się reklamować na YT?
- TikTok i Pinterest - to co najważniejsze: co, jak i dla kogo?
- LinkedIn - komunikacja B2B, reklama i personal branding w pigułce

3. Pozostałe aktywności i działania związane z SM - 2 h 20 min (praktyka)

- monitoring sieci i social listening
- UGC (User Generated Content)
- komunikacja RTMowa
- influencer marketing
- przegląd narzędzi social media managera

Walidacja - test (10 min)

Uczestnicy poznają przykłady prawidłowych i nieprawidłowych działań w mediach społecznościowych wraz z omówieniem ich skuteczności i efektywności.

Godzina szkoleniowa = 45 min.

Trener dostosowuje przerwy do potrzeb uczestników (max. 10 min.) i odpowiednio wydłuża zajęcia. Przerwy nie są uwzględnione w harmonogramie. Przerwy nie wliczają się w czas trwania usługi.

Usługa skierowana jest do:

- osób, które działają online oferując usługi lub produkty
- specjalistów e-marketingu i PR odpowiedzialnych za pozyskiwanie i utrzymywanie relacji z klientami
- handlowców pozyskujących klientów w działaniach bezpośrednich (telefon, e-mail)

Warunki niezbędne do spełnienia przez uczestników usługi, aby realizacja usługi pozwoliła na osiągnięcie głównego celu: usługa/szkolenie nie wymaga od uczestników znajomości tematu z obszaru e-marketingu, aktywność na zajęciach, minimalny poziom frekwencji - 100%.

W trakcie usługi trener będzie prowadził szkolenie z wykorzystaniem: rozmowy na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu, case study i ćwiczenia praktyczne, które będą obejmować m.in.:

- planowanie i projektowanie komunikacji
- moderowana dyskusja
- dobranie hashtagów do postu
- zaplanowanie planu postów na tydzień
- stworzenie copy pod personę

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 4

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 4 Strategie i taktyki w mediach społecznościowych - Ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Anna Ledwoń-Blacha	08-12-2025	10:30	13:00	02:30
2 z 4 Facebook i Instagram i inne platformy społecznościowe - Ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Anna Ledwoń-Blacha	09-12-2025	10:30	13:00	02:30
3 z 4 Pozostałe aktywności i działania związane z SM - Ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Anna Ledwoń-Blacha	10-12-2025	10:30	12:50	02:20
4 z 4 Walidacja	-	10-12-2025	12:50	13:00	00:10

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	2 214,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 800,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	221,40 PLN
Koszt osobogodziny netto	180,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Anna Ledwoń-Blacha

Od 10 lat wspiera firmy w działaniach marketingowych, współwłaścicielka agencji More Bananas. Obszary specjalizacji doradztwa i konsultingu: • strategia marketingowa, komunikacyjna oraz Social Media, • kompleksowe kampanie oraz obsługa mediów społecznościowych, • content marketing oraz copywriting, • performance marketing, • branding oraz custom publishing, • współpraca z influencerami. • szkolenia z zakresu szeroko rozumianego digital marketingu. od 2017 – obecnie 📌 Przeprowadziła ponad 500 godzin szkoleń z zakresu marketingu. Wykładowca na kierunkach związanych z e-marketingiem (m.in. AGH) 📌 Prelegentka na konferencjach sprawny.marketing, Dimaq Day, Internet Beta, In Digital Marketing, Kongres Online Marketing, Marketing w Kulturze czy Digital Banking Day. 📌 Współtworzyła kursy dla LiveKid, Forum Media Polska Wykształcenie: 2020 – 2021 Wyższa Szkoła Bankowa w Gdańsku Podyplomowe Kierunek studiów: Data Driven Marketing 2013 – 2015 AGH Magister Kierunek studiów: Zarządzanie: marketing. Ostatnie 5 lat aktywnie działa w branży marketingowej.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymują:

- materiały autorskie, opracowane przez trenera, udostępniane uczestnikom drogą online, w formacie pdf.
- prezentację materiałów z internetu (serwisy www, infografiki, materiały multimedialne, filmy)
- bazę wiedzy: linki do serwisów i portali
- case study (najciekawsze przykłady z doświadczenia szkoleniowca)
- linki do publikacji branżowych IAB Polska

Uczestnicy otrzymają zaświadczenie o ukończeniu szkolenia, pod warunkiem min. 100% frekwencji.

Warunki uczestnictwa

Przed zapisaniem się proszę o kontakt kontakt@dimaq.eu w celu potwierdzenia terminu i dostępności miejsc dla Uczestników.

Warunkiem uczestnictwa jest rejestracja i założenie konta w BUR, dokonanie zapisu na szkolenie za pośrednictwem BUR oraz spełnienie wszystkich warunków określonych przez Operatora.

Informacje dodatkowe

Usługa szkoleniowa (nie dotyczy doradztwa) 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%.

Warunki techniczne

Szkolenie będzie dostępne na platformie Zoom lub Teams. Każdy z uczestników dostanie link do szkolenia.

Minimalne wymagania sprzętowe, jakie musi spełniać komputer Uczestnika lub inne urządzenie do zdalnej komunikacji - system operacyjnych Windows, macOS i Linux, zalecany: procesor dwurdzeniowy o taktowaniu co najmniej 2 Ghz (Intel i3/i5/i7 lub ekwiwalent AMD), pamięć RAM - 4 Gb

Minimalne wymagania dotyczące parametrów łącza sieciowego, jakim musi dysponować Uczestnik: dla audio 256 kb/s, Video w wersji HD – 4Mb/s – to są parametry górne graniczne.

System dopasowuje się do łącza i działa na każdych dostępnych parametrach.

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

Podczas zajęć konieczne jest zastosowanie kamery i mikrofonu.

Link umożliwiający uczestnictwo w spotkaniu on-line będzie aktywny przez cały okres trwania kursu.

Kontakt



Agnieszka Fabianowicz

E-mail a.fabianowicz@dimaq.eu

Telefon (+48) 515 992 599