



DIGITAL BRAND

MAGDALENA

GŁOMSKA

★★★★★ 4,6 / 5

1 561 ocen

Szkolenie- Facebook, content marketing, sztuczna inteligencja AI. System reklamowy Facebooka i Instagrama - Advance PRO - 2 dni

Numer usługi 2025/08/20/118911/2949902

📍 Gdańsk / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 16 h

📅 19.01.2026 do 20.01.2026

2 600,00 PLN brutto

2 600,00 PLN netto

162,50 PLN brutto/h

162,50 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

- Jednoosobowych działalności gospodarczych
- Przedsiębiorstw, korporacji i dużych firm - prezesów i właścicieli
- Osób zarządzających działami - dyrektorów, menedżerów i kierowników
- Zespołów sprzedażowych i marketingowych - projekt managerów
- Wyspecjalizowanych działów w obrębie danej firmy - specjalistów ds. marketingu, PR, e-commerce

Minimalna liczba uczestników

2

Maksymalna liczba uczestników

4

Data zakończenia rekrutacji

16-01-2026

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

16

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje do samodzielnego budowania wizerunku marki oraz zwiększania sprzedaży w sieci za pomocą narzędzi marketingowych takich jak Facebook oraz do wykorzystania różnych metod promocji firmy w sieci, za pomocą zarówno płatnych form reklamy jak i narzędzi bezpłatnych. Usługa przygotowuje do wykorzystania sztucznej inteligencji AI, tworzenia grafik za pomocą programu Canva.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Wykorzystuje najważniejsze narzędzia na Facebooku i Instagramie w celu dostosowania ich do potrzeb i identyfikacji firmy	Wykorzystuje Narzędzia do planowania i Creatora Studio do planowania postów	Test teoretyczny
	Konfiguruje Business Menedżer Facebooka, Menedżera Reklam, Piksela, Zdarzenia Niestandardowe i wykorzystuje je do zarządzania działaniami marketingowymi w sieci	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Tworzy grupy docelowe dostosowane dla swojej branży	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Tworzy niestandardowe grupy w celach reklamowych	Test teoretyczny
	Definiuje cele reklamowe w Menedżerze reklam i dostosuje je do strategii marketingowej firmy	Test teoretyczny
Wykorzystuje Canwę to tworzenia grafik na potrzeby Social Media	Tworzy prezentacje, ulotki, loga w programie Canva	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Stosuje język korzyści w prowadzonej komunikacji w marketingu cyfrowym	Identyfikuje metody i narzędzi angażowania klientów w proces kreowania wartości i personalizacji produktów (content marketing, języ korzyści)	Test teoretyczny
	Identyfikuje właściwe narzędzia marketingu internetowego do odpowiedniej sytuacji rynkowej i przyjętego modelu biznesowego	Test teoretyczny
Charakteryzuje pojęcia nowoczesnego marketingu cyfrowego	Ocenia strategię e-marketingu w firmie	Test teoretyczny
	Charakteryzuje zasady i przykłady skutecznej komunikacji z wykorzystaniem mediów społecznościowych i kampanii internetowych.	Test teoretyczny
Stosuje zasady skutecznej komunikacji	Charakteryzuje zasady skutecznej komunikacji z wykorzystaniem mediów społecznościowych	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

Usługa stacjonarna, szkolenie realizowane jest w godzinach dydaktycznych 45 min.

Przerwy nie są wliczone w czas trwania usługi

Liczbę godzin praktycznych: 12h

Liczba godzin teoretycznych: 4h

Metody pracy: wykłady, dyskusje z uczestnikami i case study uczestników, ćwiczenia indywidualne.

Aby realizacja usługi pozwoliła osiągnąć cel główny, warunkiem jest zaangażowanie uczestnika w różnorodne formy pracy podczas szkolenia. Szkolenie przeznaczone jest zarówno dla osób początkujących, jak i osób bardziej zaawansowanych.

I DZIEŃ

I Blok - Charakterystyka nowoczesnych narzędzi cyfrowych w budowaniu marketingu mix - teoria

Przeprowadzenie testu wiedzy (pre-test w ramach walidacji)

- Cele krótkoterminowe w budowania strategii e-marketingowej
- Cele długoterminowe w budowie strategii e-marketingowej

Charakterystyka zasad skutecznej komunikacji z wykorzystaniem mediów społecznościowych -cz. 1 - Facebook

- Analiza konta na Facebooku - Case study - analiza profilu własnego mocne i słabe strony
- Najważniejsze ustawienia i ukryte, a wartościowe funkcje Fanpage'a.
- Przykłady dobrych profili na Facebooku.
- Jak wyznaczać cele marketingowe dla siebie i zespołu.
- Spójność identyfikacji. Najważniejsze ustawienia Fanpage'a.

II Blok - Content marketing i Media Plan przy wsparciu sztucznej inteligencji AI – jak pisać by nas czytali, jak zaangażować odbiorców pod postem, komunikacja z odbiorcami i język korzyści. Teoria + praktyka

- Planowanie postów na Facebooku z wykorzystaniem narzędzi Facebooka.
- Jak pisać by nas czytali i zaangażować odbiorców pod postem.
- **Tworzenie media planu z wykorzystaniem sztucznej inteligencji AI. Narzędzia copywritera**
- Komunikacja z odbiorcami i język korzyści - metody pisania aranżujących postów dopasowanych do grupy odbiorczej.
- Ustalenie kim jest Twój odbiorca i czego oczekuje.

- Jakie posty FB i IG wyświetla, a jakich nie.
- Sposoby na zwiększenie organicznego zasięgu.
- Konkursy - jak je legalnie tworzyć, o czy warto pamiętać i jak angażować odbiorców.
- Wydarzenia do czego je jeszcze można wykorzystać?
- Sytuacja kryzysowa - jak sobie z nią poradzić?

III Blok - Charakterystyka zasad skutecznej komunikacji z wykorzystaniem mediów społecznościowych przy wykorzystaniu programu Canva - omówienie programu - teoria

- Podstawy Canvy - omówienie najważniejszych, wybranych funkcji programu przydatnych do tworzenia grafik na SM.
- Najlepsze formaty grafik na FB, Instagrama, LinkedIn i stronę www.
- Najlepsze formaty na reklamę.

IV Blok - Praca w programie Canva - forma statyczna i dynamiczna- praktyka

- Tworzenie podstaw identyfikacji graficznej - logo, infografika, dobór kolorystyki i fontów - ćwiczenie
- Tworzenie szablonów graficznych na potrzeby SM - ćwiczenie
- Tworzenie animacji - ćwiczenie
- Dodawanie Call to Action.
- Omówienie dodatkowych elementów graficznych przydatnych w SM

DZIEŃ II

I Blok - Narzędzia marketingu internetowego w budowaniu marketingu mix – konfiguracja Business Menedżera - teoria+ praktyka

- Konfiguracja Business Menedżera

II Blok - Business Menedżer – grupy odbiorców (Audience Insights)- teoria+praktyka

- Analiza i tworzenie grup docelowych.
- Grupowanie zainteresowań.
- Jakie grupy dają najlepsze efekty.
- Najczęstsze błędy w tworzeniu grup.
- Jak docierać do nieaktywnych odbiorców i ich ożywić.

III Blok - Menedżer reklam - Konto reklamowe czyli jak pozyskiwać klientów na FB, cele reklamowe -teoria+ praktyka

- Konfiguracja konta.
- Jak nie zablokować konta reklamowego i czym to grozi – treści zakazane.
- Dlaczego nie przez „Promuj post”?
- Budowa lejka sprzedażowego i planowanie budżetu.
- Jak zamienić zimny ruch na ciepły.
- Analiza dotychczasowych wyników reklam.
- Jakie koszty reklam osiągać? Podstawy strategii marketingowych.

Najważniejsze cele reklam dedykowanych na Facebooka i Instagram.

- Omówienie celów:
- Jak pozyskać nowych klientów.
- Jak zwiększać zaangażowanie na fanpage.
- Jak zwiększyć liczbę zapytań w Messengerze.
- Jak kierować fanów na stronę internetową.
- Jak badać konwersję z koszyka i zakupów

IV Blok - Tworzenie reklam - Teksty i formaty reklamowe praktyka

I część - Konfiguracja niestandardowych formatów reklam

- Kolekcja
- Formularz kontaktowy
- Post na dzień dobry
- Posty reklamowe na stronie

II część – Meta Advance - techniki zaawansowane - praktyka ćwiczenia i współdzielenie ekranu

- Remarketing
- Piksel Facebooka

- Zdarzenia niestandardowe
- Analiza wyników kampanii
- Jak czytać raporty reklamowe na Facebooku.
- Jak podglądać reklamy konkurencji.
- Które wskaźniki na Facebooku mają znaczenie, a które można spokojnie pominąć.
- Tworzenie własnych wskaźników bezpośrednio w managerze reklam – między innymi współczynnik konwersji czy urealniony ROAS,
- Optymalizacja reklam na Facebooku i Instagramie
- Jak i kiedy wprowadzać zmiany w kampaniach na Facebooku i Instagramie.
- Wykluczenia – w jaki sposób i dlaczego operować nimi w kampaniach.
- Grupowanie zainteresowań, stawki ręczne i inne nietypowe rozwiązania, sztuczki i luki w systemie, które zwiększają wyniki na FB i IG
- Optymalizacja budżetu
- **Zmiany algorytmów w systemie Meta w 2025**
- **Sztuczna inteligencja w Meta Business – „Advantage+” - kiedy korzystać, a kiedy nie**

Przeprowadzenie testu wiedzy (post-test w ramach walidacji)

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 13

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 13 Przeprowadzenie testu wiedzy (pre-test w ramach walidacji)	-	19-01-2026	08:30	08:45	00:15
2 z 13 Blok I - Fundamenty Facebooka. Charakterystyka nowoczesnych narzędzi cyfrowych w budowaniu marketingu mix - teoria-rozmowa na żywo	Magdalena Głomska	19-01-2026	08:45	10:00	01:15
3 z 13 pRZERWA	Magdalena Głomska	19-01-2026	10:00	10:30	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
4 z 13 BLOK II – Content marketing – jak pisać by nas czytali, jak zaangażować odbiorców pod postem, komunikacja z odbiorcami i język korzyści - teoria-rozmowa na żywo	Magdalena Głomska	19-01-2026	10:30	12:00	01:30
5 z 13 przerwa	Magdalena Głomska	19-01-2026	12:00	12:15	00:15
6 z 13 III Blok - Narzędzia marketingu internetowego w budowaniu marketingu mix – konfiguracja Business Menedżera - teoria + praktyka.	Magdalena Głomska	19-01-2026	12:15	13:45	01:30
7 z 13 BLOK IV – Business Menedżer – grupy odbiorców (Audience Insights). teoria+ praktyka -ćwiczenia, rozmowa na żywo	Magdalena Głomska	19-01-2026	13:45	15:15	01:30
8 z 13 I Blok - Menedżer reklam - Konto reklamowe czyli jak pozyskiwać klientów na FB, cele reklamowe - teoria+ praktyka	Magdalena Głomska	20-01-2026	08:30	10:00	01:30
9 z 13 Przerwa	Magdalena Głomska	20-01-2026	10:00	10:30	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
10 z 13 II Blok - Najważniejsze cele reklam dedykowanych na Facebooka i Instagram	Magdalena Głomska	20-01-2026	10:30	12:00	01:30
11 z 13 przerwa	Magdalena Głomska	20-01-2026	12:00	12:15	00:15
12 z 13 III i IV Blok - Meta Advance 2025 - techniki zaawansowane - praktyka	Magdalena Głomska	20-01-2026	12:15	15:00	02:45
13 z 13 Przeprowadzenie testu wiedzy (post-test w ramach walidacji).	Magdalena Głomska	20-01-2026	15:00	15:15	00:15

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	2 600,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	2 600,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	162,50 PLN
Koszt osobogodziny netto	162,50 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Magdalena Głomska

Magdalena Głomska posiada wykształcenie wyższe magisterskie. Jest absolwentką Politechniki Gdańskiej. Ukończyła wydział Zarządzania i Marketingu. Korzenie jej doświadczenia wywodzą się z dziedziny sprzedaży, z którą związana jest zawodowo od ponad 17 lat. Marketingiem internetowym zajmuje się od 2010 roku. Przez 15 lat obejmowała stanowiska menadżerskie, a także pracowała jako Dyrektor Marketingu zarządzając działem marketingu i sprzedaży. Wdrażała strategie marketingowe w firmie będącej dystrybutorem międzynarodowych marek.

Od 5 lat jest właścicielem firmy i dyrektorem zarządzającym Agencji Marketingowej oraz Centrum Szkoleniowego „Digital Brand”, którą założyła bazując na własnym, praktycznym doświadczeniu marketingowo-sprzedażowym. Współpracuje z klientami różnych branż z całej Polski wspierając ich w potrzebnych dla nich obszarach sprzedażowo-marketingowych. Píše strategie marketingowe oraz wdraża wraz z zespołem jej narzędzia pomagając w przejściu transformacji cyfrowej. Swoją wiedzę przekazuje jako Trener na szkoleniach o tematyce: Marketing dla branż, Social Media (Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn), Content marketing, Strategie marketingowe oraz sprzedażowe, Zarządzanie przedsiębiorstwem, Wprowadzanie produktów na rynek. Zrealizowała ponad 1500 godzin szkoleniowych w ciągu ostatnich 5 lat i przeszkoliła ponad 800 osób.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymują skrypt z materiałami do samodzielnego utrwalenia materiału, prezentację ze szkolenia, a także certyfikat szkolenia.

Warunki uczestnictwa

Wymogi unijne związane z realizacją szkolenia z dofinansowaniem:

- Warunkiem uzyskania zaświadczenia jest uczestnictwo w co najmniej 80%- 100% (w zależności od programu dofinansowania i podpisanej umowy z Operatorem) zajęć usługi rozwojowej

Rekomendowane warunki techniczne:

- Założone konto Canva (może być wersja bezpłatna)
- Procesor dwurdzeniowy 2GHz lub lepszy (zalecany czterordzeniowy);
- 2GB pamięci RAM (zalecane 4GB lub więcej);
- System operacyjny taki jak Windows 8 (zalecany Windows 11), Mac OS wersja 10.13 (zalecana najnowsza wersja), Linux, Chrome OS.
- Korzystanie z Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, Edge (Chromium), Yandex lub Opera. Należy korzystać z najaktualniejszej oficjalnej wersji wybranej przeglądarki.

Należy zabrać:

- laptopa, myszkę, ładowarkę
- telefon i ładowarkę

Informacje dodatkowe

Jak przygotować się do szkolenia aby było jeszcze bardziej efektywne?

- Sprawdź czy masz dostęp do swojego konta prywatnego na Facebooku
- Sprawdź czy masz dostęp do swojej strony firmowej na Facebooku – jeśli nie – postaraj się uzyskać
- Załóż bezpłatny program graficzny Canva. Nie trzeba go instalować, wystarczy logować się w przeglądarce internetowej. Można także skorzystać testowej, bezpłatnej wersji Canva PRO (okres testowy wynosi 30 dni)

Adres

ul. Kaprów 3a/36
80-316 Gdańsk
woj. pomorskie

Sala szkoleniowa mieści się w Gdańsku - Oliwa, na trzecim piętrze w kamienicy biurowej.

W pobliżu znajduje się parking płatny. Łatwy dojazd środkami komunikacji miejskiej: SKM, tramwaj, autobus.

Udogodnienia dla osób z niepełnosprawnościami:

- Winda
- Podjazd
- Szerokie drzwi
- Dostosowana toalet

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Magdalena Głomska

E-mail biuro@digitalbrand.com.pl

Telefon (+48) 505 139 506