



INSTYTUT
ROZWOJU
PERSONALNEGO
GANESA - EWA
DĄBROWSKA

Brak ocen dla tego dostawcy

Marketing w social mediach i budowanie marki na Instagramie i Facebooku

Numer usługi 2025/09/18/13076/3016591

📍 Gdańsk / stacjonarna
🏠 Usługa szkoleniowa
🕒 16 h
📅 18.10.2025 do 19.10.2025

1 920,00 PLN brutto
1 920,00 PLN netto
120,00 PLN brutto/h
120,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Przedsiębiorcy i właściciele małych i średnich firm

- którzy chcą samodzielnie prowadzić profile swojej marki w social mediach,
- planują budować rozpoznawalność i pozyskiwać klientów przez Instagram i Facebook.

Specjaliści ds. marketingu i komunikacji

- pracujący w firmach lub organizacjach, którzy chcą poszerzyć kompetencje w zakresie social media,
- odpowiedzialni za planowanie treści, kampanie reklamowe i obsługę społeczności.

Freelancerzy i osoby pracujące w branży kreatywnej

- copywriterzy, graficy, fotografowie, twórcy treści, którzy chcą rozwijać swoje marki osobiste i pozyskiwać klientów poprzez media społecznościowe.

Osoby rozwijające markę osobistą

- trenerzy, coachowie, konsultanci, specjaliści (np. prawnicy, psychologowie, dietetycy), którzy chcą budować ekspercki wizerunek online i docierać do klientów dzięki social mediom.

Początkujący twórcy internetowi (influencerzy)

- którzy chcą nauczyć się, jak świadomie prowadzić profil, angażować społeczność i współpracować z markami.

Minimalna liczba uczestników

5

Maksymalna liczba uczestników

15

Data zakończenia rekrutacji	10-10-2025
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

Celem szkolenia jest wyposażenie uczestników w wiedzę i praktyczne umiejętności z zakresu prowadzenia działań marketingowych na Instagramie i Facebooku, tak aby potrafili skutecznie budować markę, angażować społeczność i pozyskiwać klientów poprzez media społecznościowe.

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 po szkoleniu będzie potrafił: Wyjaśnić, jaką rolę pełnią social media w budowaniu marki i sprzedaży. Opracować prostą strategię obecności marki na Facebooku i Instagramie. Zdefiniować grupę docelową i dopasować do niej treści. Określić elementy spójnej komunikacji wizualnej i języka marki. Przygotować atrakcyjne posty, relacje i reelsy, które angażują odbiorców. Korzystać z narzędzi planowania i publikacji treści. Skonfigurować podstawowe kampanie reklamowe na Facebooku i Instagramie. Dobierać cele kampanii do potrzeb (zasięg, zaangażowanie, sprzedaż).	Strategia i planowanie: - Uczestnik opracuje szkic strategii social media dla własnej marki lub przykładowej firmy. Budowanie marki i wizerunku: -Uczestnik potrafi przedstawić profil swojego idealnego odbiorcy (persona). -Uczestnik potrafi wskazać elementy spójnej identyfikacji wizualnej i komunikacyjnej. Tworzenie i publikowanie treści: -Uczestnik przygotuje przykładowy post, relację lub reels z wykorzystaniem poznanych narzędzi. -Uczestnik potrafi zaplanować kalendarz treści na min. 1 tydzień. Promocja i reklama: -Uczestnik potrafi wskazać właściwy cel kampanii dla danego przypadku biznesowego. -Uczestnik zaprezentuje ustawienia przykładowej kampanii w Menedżerze reklam. Analiza i optymalizacja: -Uczestnik potrafi odczytać podstawowe wskaźniki skuteczności (zasięg, zaangażowanie, konwersje). -Uczestnik umie sformułować wnioski i zaproponować zmiany w działaniach.	Debata swobodna

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

Dzień 1

Podstawy i strategia

1. Fundamenty marketingu w social mediach

- Dlaczego social media są kluczowe dla biur podróży?
- Różnice między Facebookiem a Instagramem – gdzie i jak dotrzeć do klientów.
- Tworzenie spójnego wizerunku marki w mediach społecznościowych - audyt kont SM - ABC profili, spójność kolorystyki.

2. Trendy

- Trendy w turystyce na social mediach.
- Jak analizować działania konkurencji i wyciągać wnioski?

3. Tworzenie strategii treści

- Co publikować? Planowanie angażujących reels i relacji.
- Jak budować historię marki?
- Ustalanie harmonogramu postów i kluczowe wskaźniki.

4. Podstawy wizualne i storytelling

- Jak robić zdjęcia i video, które przyciągają uwagę?
- Wykorzystanie narzędzi graficznych, takich jak Canva, do tworzenia atrakcyjnych postów.
- Storytelling w praktyce – opowiadanie historii za pomocą zdjęć, video i relacji.

5. Podsumowanie dnia

- Q&A, omówienie najważniejszych wniosków.
- Zadanie domowe.

Dzień 2

Zaawansowane narzędzia i praktyka

1. Rozpoczęcie i przegląd zadania domowego

- Omówienie przygotowanych filmów i szybka analiza mocnych stron oraz obszarów do poprawy.

2. Kręcenie rolek

- Podstawowe ujęcia
- Montaż
- Napisy w rolkach

3. Budowanie społeczności online

- Jak angażować użytkowników i budować relacje z klientami?
- Prowadzenie grup na Facebooku oraz interakcji w DM na Instagramie.
- Wykorzystanie user-generated content (treści tworzone przez użytkowników).

4. Praktyczne ćwiczenia – sesja warsztatowa

- Generowanie pomysłów na roli na podstawie banku szablonów.

5. Automatyzacja i trendy

- Trendy AI w programie Captions.
- Nowe funkcje i trendy w social mediach, które warto znać.
- Jak reagować na kryzysy wizerunkowe w social mediach?

6. Podsumowanie i zakończenie szkolenia

- Q&A, omówienie najważniejszych elementów.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 0

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
Brak wyników.					

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	1 920,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 920,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	120,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	120,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Ewa Dąbrowska

Ekspertka w dziedzinie produkcji i dystrybucji social video (Facebook, Instagram, YouTube, TikTok) oraz nowych multimediiów (oprawa wizualna, mapping 3d). Właścicielka Studio Manilov, założycielka Pop Club Studio, coach SIT (Systematic Inventive Thinking). Jako videographer z kobiecą intuicją produkuje profesjonalne filmy reklamowe na potrzeby internetu. Prowadzi szkolenia

z produkcji wideo dla firm, marek i instytucji publicznych, tworzy kursy online w tematyce social media. Jej prace wizualne reprezentowały Polskę na międzynarodowych festiwalach m.in. Amsterdamie, Londynie czy Kassel. W ciągu ostatnich 3 lat przeprowadziła ponad 500 godzin warsztatów edukacyjnych z zakresu produkcji i montażu video. Wspiera i optymalizuje kanały YouTube, Instagram, TikTok, prowadzi tworzy kursy online w tematyce social media.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Teczka firmowa z logo organizatora

Długopis (np. z brandingiem szkolenia/firmy)

Notatnik lub zeszyt do zapisywania własnych pomysłów

Materiały cyfrowe (udostępnione e-mailowo lub w chmurze)

- PDF z prezentacją i podsumowaniem treści szkolenia
- Linki do polecanych narzędzi (np. Canva, Meta Business Suite, narzędzia analityczne)
- Lista rekomendowanych źródeł (artykuły, podcasty, książki o social mediach)
- gotowe szablony grafik w Canvie albo przykładowe kampanie do analizy

Adres

al. gen. Józefa Hallera 16/18

80-426 Gdańsk

woj. pomorskie

Kontakt



Agnieszka Wasilczyk

E-mail biuro@ganesa.pl

Telefon (+48) 660 668 884