



PROMOTE
Marketing
Internetowy Mariana
Banasiak

Brak ocen dla tego dostawcy

Szkolenie media społecznościowe (social media marketing) - strategia rozwoju marki osobistej / firmy na social media

Numer usługi 2025/09/24/193147/3028936

📍 Kamień Pomorski / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 19 h

📅 24.10.2025 do 25.10.2025

5 400,00 PLN brutto

5 400,00 PLN netto

284,21 PLN brutto/h

284,21 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria

Informatyka i telekomunikacja / Internet

Grupa docelowa usługi

Szkolenie jest skierowane do **osób indywidualnych** chcących podnosić swoje kompetencje z własnej inicjatywy, a także do **pracowników i właścicieli firm**, którzy zajmują się promowaniem biznesu lub budowaniem wizerunku w mediach społecznościowych bądź chcą rozpocząć pracę w tym obszarze.

- **funkcje** - pracownicy działów marketingowych, freelancerzy, wirtualne asistentki, osoby zainteresowane tą tematyką, właściciele, którzy chcą promować samodzielnie swój biznes.
- **doświadczenie** - w szkoleniu mogą wziąć udział zarówno osoby początkujące lub takie, które już miały styczność ze strategią rozwoju w mediach społecznościowych. Wymagana jest znajomość komputera oraz smartfona na poziomie średniozaawansowanym, obsługa kamery aparatu smartfona na poziomie średniozaawansowanym.

Minimalna liczba uczestników

3

Maksymalna liczba uczestników

15

Data zakończenia rekrutacji

23-10-2025

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

19

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

Usługa przygotowuje do samodzielnego prowadzenia profili firmowych w mediach społecznościowych – w szczególności na Instagramie, Facebooku i TikToku – do uruchomienia płatnej kampanii reklamowej na META (reklamy na Facebooku oraz Instagramie) oraz do planowania strategii marketingowej dla biznesu.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Charakteryzuje zasady tworzenia treści w social mediach	Określa konstrukcje materiałów promujących, takich jak post, relacje oraz rolki na Instagramie, Facebooku oraz TikToku (hook, problem/potrzeba odbiorcy, wartość/ rozwiązanie, social proof (opcjonalnie), CTA).	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Definiuje formaty treści na mediach społecznościowych (post/karuzela, rolka, relacja).	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Wymienia i opisuje podstawowe zasady tworzenia treści w social mediach (spójność, autentyczność, dopasowanie do grupy docelowej, angażujące CTA).	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Rozróżnia rodzaje treści (edukacyjne, sprzedażowe, wizerunkowe, rozrywkowe) i wskazuje ich zastosowanie.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Rozróżnia cele kampanii reklamowych na Meta (zasięg, kontakty, aktywność, zakup).	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Dobiera właściwy kanał komunikacji na social media do odbiorcy	Wymienia możliwości danego kanału	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Rozpoznaje cechy i potrzeby różnych grup odbiorców (np. B2B, B2C, lokalni klienci, młodzież, profesjonaliści itp.).	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Wskazuje, który kanał (Facebook, Instagram, TikTok) jest najefektywniejszy w komunikacji z daną grupą.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Dobiera format treści (post statyczny/karuzela, wideo, relacja) odpowiedni do wybranego kanału.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Definiuje ścieżkę zakupową klienta który trafił z reklamy (Messenger, zakup na stronie, formularz, kontakt telefoniczny).	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Stosuje metody komunikacji dopasowane do swojej niszy	Tworzy treści językiem korzyści dla swojej grupy docelowej.	Analiza dowodów i deklaracji
	Uzasadnia wybór kanału komunikacji, odnosząc się do celów biznesowych i specyfiki odbiorców.	Analiza dowodów i deklaracji
	Projektuje kampanie reklamowe dostosowane do swojej branży.	Analiza dowodów i deklaracji
Cechuje się etyką i dyskrecją	Trzyma się zasad poufności we współpracy ze zleceniodawcami	Analiza dowodów i deklaracji
Planuje strategię rozwoju na mediach społecznościowych	Określa grupę docelową i jej potrzeby.	Analiza dowodów i deklaracji
	Opracowuje harmonogram działań komunikacyjnych (typy treści, częstotliwość publikacji, kanały).	Analiza dowodów i deklaracji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Montuje rolki / relacje sprzedażowe do mediów społecznościowych	Przygotowuje jedną rolkę/relację sprzedażową gotową do publikacji.	Analiza dowodów i deklaracji
	Dodaje elementy wizualne wzmacniające przekaz (napisy, grafiki, efekty specjalne).	Analiza dowodów i deklaracji
	Stosuje CTA (np. „kup teraz”, „zapisz się”, „napisz wiadomość”).	Analiza dowodów i deklaracji
	Używa formatów i proporcji zgodnych z wymaganiami platformy (np. 9:16 dla IG/TikTok).	Analiza dowodów i deklaracji
	Stosuje podstawowe zasady psychologii sprzedaży (np. hook na początku, korzyści, wezwanie do działania).	Analiza dowodów i deklaracji
Projektuje grafiki sprzedażowe do mediów społecznościowych	Tworzy minimum jedną grafikę sprzedażową dostosowaną do wymagań konkretnej platformy (np. kwadrat 1080x1080 px dla Instagrama).	Analiza dowodów i deklaracji
	Stosuje spójność z identyfikacją wizualną marki (kolory, fonty, styl).	Analiza dowodów i deklaracji
	Umieszcza na grafice kluczowy przekaz sprzedażowy (np. promocję, benefit, USP).	Analiza dowodów i deklaracji
	Wyróżnia CTA (np. „Kup teraz”, „Sprawdź ofertę”, „Zapisz się”).	Analiza dowodów i deklaracji
	Dbą o czytelność treści i hierarchię wizualną (nagłówki, grafika, CTA).	Analiza dowodów i deklaracji
	Uzasadnia wybór elementów graficznych i tekstowych w kontekście grupy docelowej.	Analiza dowodów i deklaracji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Analizuje raporty	Odczytuje kluczowe wskaźniki efektywności (np. zasięg, CTR, CPC, konwersje, zaangażowanie).	Analiza dowodów i deklaracji
	Porównuje dane w czasie (np. tydzień do tygodnia).	Analiza dowodów i deklaracji
	Identyfikuje mocne i słabe strony prowadzonych działań na podstawie raportu.	Analiza dowodów i deklaracji
	Wyciąga wnioski i proponuje minimum dwa działania optymalizacyjne.	Analiza dowodów i deklaracji

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 edukacyjnego

Dla osiągnięcia celu edukacyjnego jakim jest Usługa prowadzi do samodzielnego prowadzenia profili na social mediach, w szczególności Instagram, Facebook oraz TikTok, w tym uruchomienie reklamy płatnej Meta (reklama na Facebooku oraz Instagramie) oraz planowania strategii marketingowych dla lokalnych biznesów, w szkoleniu mogą wziąć udział zarówno osoby początkujące lub takie, które już miały styczność ze strategią marketingu internetowego.

Wymagana jest znajomość smartfona i komputera na poziomie średniozaawansowanym.

Zakres tematyczny

- 9 godzin teorii, 10 godzin praktyki

Warunki organizacyjne

- czas szkolenia podany jest w godzinach dydaktycznych
- przerwy wliczone są w czas trwania usługi
- szkolenie trwa 2 dni: piątek 9:00-17:00, sobota 9:00-15:00
- Walidacja zostanie przeprowadzona na sali na końcu szkolenia: metody walidacji - test teoretyczny z wynikami generowanymi automatycznie, analiza dowodów i deklaracji.
- uczestnicy pracują na własnych smartfonach (modele od 2019 roku) oraz komputerach (opcjonalnie).
- uczestnicy otrzymują kawę, herbatę, wodę oraz posiłek w postaci szwedzkiego stołu.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 13

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 13 Wstęp oraz grupa docelowa	Mariana Banasiak	24-10-2025	09:00	10:30	01:30
2 z 13 Przerwa	Mariana Banasiak	24-10-2025	10:30	10:45	00:15
3 z 13 Branding i grafika sprzedażowa w Social Media	Mariana Banasiak	24-10-2025	10:45	12:30	01:45
4 z 13 Przerwa	Mariana Banasiak	24-10-2025	12:30	13:00	00:30
5 z 13 Wideo marketing – od nagrania do montażu	Mariana Banasiak	24-10-2025	13:00	15:00	02:00
6 z 13 Przerwa	Mariana Banasiak	24-10-2025	15:00	15:15	00:15
7 z 13 Płatne reklamy na Facebooku dla biznesu	ULIANA KHUDYN	24-10-2025	15:15	17:00	01:45
8 z 13 Psychologia sprzedaży w sieci	Mariana Banasiak	25-10-2025	09:00	10:00	01:00
9 z 13 Wideo marketing – montaż i analityka	Mariana Banasiak	25-10-2025	10:00	11:30	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
10 z 13 Przerwa	Mariana Banasiak	25-10-2025	11:30	12:00	00:30
11 z 13 Kampanie reklamowe Meta w praktyce	ULIANA KHUDYN	25-10-2025	12:00	14:00	02:00
12 z 13 Podsumowanie i indywidualne wskazówki	Mariana Banasiak	25-10-2025	14:00	14:30	00:30
13 z 13 Walidacja	-	25-10-2025	14:30	15:00	00:30

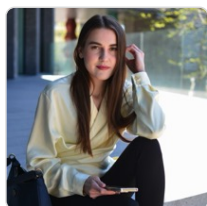
Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 400,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 400,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	284,21 PLN
Koszt osobogodziny netto	284,21 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 2



1 z 2

ULIANA KHUDYN

Uliana Khudyn od ponad 5 lat związana jest z branżą marketingową, w tym niemal rok pracy jako freelancer. Po tym okresie założyła własną firmę, którą prowadzi już od 2,5 roku.

Posiada: certyfikat ukończenia szkoły marketingu internetowego (EVO Publishing), 2021 r., certyfikat Instagram, Facebook, Chat Manager (todoo), 2022 r., certyfikaty od marketera Mirosława Skwarka (2023), obecnie podwyższam kwalifikacje zawodowe w półrocznej szkole T-shaped marketingu dla B2B od Mateusza Wyciślika.



2 z 2

Mariana Banasiak

Mariana Banasak od ponad 10 lat związana jest z branżą kreatywną i marketingową. Karierę rozpoczęła jako grafik komputerowy, stopniowo rozwijając kompetencje w zakresie projektowania stron internetowych, e-commerce oraz budowania kompleksowych strategii marketingowych. Od kilku lat specjalizuje się w social media marketingu, wideo marketingu, wspierając przedsiębiorców i osoby budujące markę osobistą.

Jako praktyk prowadzi szkolenia indywidualne i grupowe w zakresie: skutecznej promocji w mediach społecznościowych, tworzenia treści wideo (nagranie, montaż, postprodukcja), projektowania grafik sprzedażowych, psychologii sprzedaży w treściach online, analizowaniu wyników.

Współpracuje z lokalnymi przedsiębiorcami oraz firmami w całej Polsce, tworząc skuteczne strategie komunikacji i ucząc, jak prowadzić profile społecznościowe w sposób angażujący i sprzedażowy. Posiada doświadczenie w opracowywaniu kursów online oraz materiałów szkoleniowych, w tym autorskiego programu „SoMe: Take it easy”.

Jej szkolenia łączą praktykę, aktualne trendy i indywidualne podejście, dzięki czemu uczestnicy wychodzą nie tylko z wiedzą, ale przede wszystkim z gotowymi umiejętnościami do wdrożenia w swoim biznesie.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

- prezentacja w wersji elektronicznej dawana na koniec szkolenia.
- na życzenie osoby ze szczególnymi potrzebami dostawca udostępnia materiały w formie zapewniającej dostępność.

Informacje dodatkowe

- podstawa zwolnienia z VAT - zgodne z FV, art. 113 ust. 1 ustawy o VAT
- przerwy są elastyczne dostosowane do uczestników
- podpisana umowa z WUP Toruń / z WUP Szczecin / ZARR, itp.

Adres

ul. Garncarska 1
72-400 Kamień Pomorski
woj. zachodniopomorskie

Biuro Banasiak Reklamy

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Wi-fi

Kontakt



Mariana Banasiak

E-mail banasiak.mariana@gmail.com

Telefon (+48) 533 603 686