



Digital Marketing  
Krzysztof Szymak

★★★★★ 4,8 / 5  
414 ocen

**Green Marketing Basics: Social Media - skuteczne i odpowiedzialne strategie marketingowe oraz praktyczne wykorzystanie AI w social media. Budowanie świadomości marki w duchu zrównoważonego rozwoju. Szkolenie.**

Numer usługi 2025/10/03/163842/3054212

📍 Rybnik / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 16 h

📅 24.01.2026 do 25.01.2026

**4 944,00 PLN** brutto  
4 944,00 PLN netto  
309,00 PLN brutto/h  
309,00 PLN netto/h

## Informacje podstawowe

### Kategoria

Informatyka i telekomunikacja / Internet

### Grupa docelowa usługi

Szkolenie skierowane jest do **osób indywidualnych**, które z **własnej inicjatywy** rozpoczynają ścieżkę zawodową w obszarze marketingu cyfrowego i mediów społecznościowych, a także chcą zdobyć podstawową wiedzę oraz praktyczne umiejętności w zakresie wykorzystania AI w planowaniu i realizacji działań marketingowych.

Usługa szkoleniowa dedykowana jest osobom chcącym rozwijać swoje kompetencje cyfrowe, analityczne oraz zielone - w szczególności w zakresie działań marketingowych w środowisku Meta, etycznego wykorzystania AI oraz tworzenia treści przyjaznych środowisku.

Szkolenie prowadzi do nabycia kwalifikacji **ICVC/SMW 20005.14 Specjalista ds. marketingu wspieranego AI**, potwierdzającej przygotowanie do pracy w nowoczesnym, technologicznym środowisku marketingowym. Grupą docelową są m.in. początkujący marketerzy, pracownicy agencji reklamowych, specjaliści ds. komunikacji i twórcy internetowi, którzy chcą łączyć nowoczesne technologie z odpowiedzialnym podejściem do komunikacji cyfrowej.

Minimalna liczba uczestników

6

Maksymalna liczba uczestników

15

Data zakończenia rekrutacji

23-01-2026

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

16

# Cel

## Cel edukacyjny

Usługa szkoleniowa przygotowuje do samodzielnego planowania i realizowania skutecznych strategii marketingowych w mediach społecznościowych, z uwzględnieniem zasad etycznej i zrównoważonej komunikacji cyfrowej. Uczestnicy nauczą się tworzyć angażujące, wartościowe treści, dostosowane do różnych platform oraz ich algorytmów, a także poznają metody ekologicznego i odpowiedzialnego zarządzania social mediami, które minimalizują ślad węglowy działań marketingowych.

## Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

| Efekty uczenia się                                                                                          | Kryteria weryfikacji                                                                                                                                                                                                                    | Metoda walidacji                                      |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|
| Charakteryzuje podstawowe pojęcia związane z marketingiem w mediach społecznościowych i green marketingiem. | Definiuje i wyjaśnia kluczowe terminy związane z marketingiem w social media, takie jak: algorytm, targetowanie, grupa docelowa, content marketing, story telling, CTA, organic vs. paid reach, influencer marketing, UGC, viral, Meta. | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
|                                                                                                             | Opisuje podstawowe pojęcia związane z zielonym marketingiem, w tym: greenwashing, ESG, etyczna konsumpcja, ślad węglowy cyfrowych treści, zero waste marketing.                                                                         | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
| Identyfikuje elementy optymalizacji profilu w SM, w tym sposoby ograniczania zużycia zasobów cyfrowych.     | Wymienia kluczowe elementy profilu.                                                                                                                                                                                                     | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
|                                                                                                             | Uzasadnia znaczenie optymalizacji grafiki pod kątem śladu węglowego.                                                                                                                                                                    | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
| Tworzy rolkę wideo z wykorzystaniem zasad green marketingu.                                                 | Korzysta z hooków związanych z ekologią.                                                                                                                                                                                                | Analiza dowodów i deklaracji                          |
|                                                                                                             | Montuje wideo z użyciem narzędzi optymalizujących rozmiar plików.                                                                                                                                                                       | Analiza dowodów i deklaracji                          |
|                                                                                                             | Dostosowuje ton i sposób przekazania treści, zgodnie z zasadami skutecznego storytellingu.                                                                                                                                              | Analiza dowodów i deklaracji                          |

| Efekty uczenia się                                                                                                                                                                                                              | Kryteria weryfikacji                                                                                             | Metoda walidacji                                      |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|
| <p>Projektuje zoptymalizowane treści do mediów społecznościowych z wykorzystaniem narzędzi AI.</p> <p>Charakteryzuje algorytmy Instagrama i Facebooka z uwzględnieniem wpływu częstotliwości publikacji na zużycie zasobów.</p> | Dobiera odpowiednie narzędzia AI do generowania treści wizualnych i tekstowych (np. ChatGPT, Canva AI).          | Analiza dowodów i deklaracji                          |
|                                                                                                                                                                                                                                 | Optymalizuje wygenerowane treści pod kątem grupy docelowej oraz algorytmów social media.                         | Analiza dowodów i deklaracji                          |
|                                                                                                                                                                                                                                 | Modyfikuje treści wygenerowane przez AI w celu nadania im autentyczności i spójności z wartościami marki.        | Analiza dowodów i deklaracji                          |
|                                                                                                                                                                                                                                 | Wyjaśnia zasady działania algorytmu.                                                                             | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
| <p>Charakteryzuje rolę social mediów w budowaniu strategii marketingowej marki.</p> <p>Tworzy energooszczędne kampanie reklamowe w social media, optymalizując budżet i targetowanie.</p>                                       | Wyjaśnia, jak social media wpływają na budowanie rozpoznawalności marki i jej zaangażowanie.                     | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
|                                                                                                                                                                                                                                 | Określa, jakie platformy social media najlepiej wspierają różne typy biznesów.                                   | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
|                                                                                                                                                                                                                                 | Tworzy kampanie reklamowe krok po kroku, uwzględniając cele marketingowe i grupy docelowe.                       | Analiza dowodów i deklaracji                          |
|                                                                                                                                                                                                                                 | Optymalizuje kampanie reklamowe, monitorując wyniki i dostosowując budżet do efektywności działań.               | Analiza dowodów i deklaracji                          |
| <p>Opisuje znaczenie współpracy w grupie w planowaniu strategii dla social media.</p> <p>Charakteryzuje rolę komunikacji interpersonalnej w działaniach zespołowych w mediach społecznościowych.</p>                            | Identyfikuje kluczowe elementy skutecznej współpracy w zespołowym tworzeniu treści do social media.              | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
|                                                                                                                                                                                                                                 | Wymienia zasady produktywnej komunikacji w pracy zespołowej przy planowaniu działań marketingowych w Internecie. | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
|                                                                                                                                                                                                                                 | Opisuje znaczenie jasnego przekazu i feedbacku w pracy zespołowej nad treściami do social media.                 | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
|                                                                                                                                                                                                                                 | Określa wpływ skutecznej komunikacji na efektywność realizacji projektów w mediach społecznościowych.            | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |

# Kwalifikacje

## Inne kwalifikacje

### Uznane kwalifikacje

Pytanie 4. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kwalifikacji jest rozpoznawalny i uznawalny w danej branży/sektorze (czy certyfikat otrzymał pozytywne rekomendacje od co najmniej 5 pracodawców danej branży/sektorów lub związku branżowego, zrzeszającego pracodawców danej branży/sektorów)?

TAK

### Informacje

|                                                        |                                                                                             |
|--------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|
| Podstawa prawna dla Podmiotów / kategorii Podmiotów    | uprawnione do realizacji procesów walidacji i certyfikowania na mocy innych przepisów prawa |
| Nazwa Podmiotu prowadzącego walidację                  | ICVC CERTYFIKACJA SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ                                   |
| Podmiot prowadzący walidację jest zarejestrowany w BUR | Tak                                                                                         |
| Nazwa Podmiotu certyfikującego                         | ICVC CERTYFIKACJA SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ                                   |
| Podmiot certyfikujący jest zarejestrowany w BUR        | Tak                                                                                         |

## Program

Szkolenie: "**Green Marketing Basics: Social Media - skuteczne i odpowiedzialne strategie marketingowe oraz praktyczne wykorzystanie AI w social media. Budowanie świadomości marki w duchu zrównoważonego rozwoju**" jest dedykowane dla osób, które chcą zdobyć wiedzę i umiejętności na temat marketingu ekologicznego oraz tworzenia i realizowania efektywnych kampanii w social media, uwzględniając potrzeby współczesnych, świadomych konsumentów.

W trakcie zajęć uczestnicy będą mieli okazję poznać **narzędzia i techniki** pomagające w **budowaniu wizerunku marki w zgodzie z wartościami zrównoważonego rozwoju**. Uczestnicy uczą się również wykorzystywać narzędzia **AI**, które **wspomagają proces planowania i optymalizacji kampanii** w social media.

Usługa prowadzi do nabycia kwalifikacji: **Specjalista ds. marketingu wspieranego AI (ICVC/SMW 20005.14)**.

Kwalifikacja potwierdza wiedzę, umiejętności i kompetencje społeczne osób pracujących lub planujących rozpoczęcie pracy w sektorze marketingu cyfrowego w social mediach oraz wykorzystania sztucznej inteligencji w działaniach promocyjnych i komunikacyjnych.

W ramach szkolenia zapewniono również walidację efektów uczenia się oraz egzamin, pozwalające ocenić stopień osiągnięcia efektów kształcenia. Uczestnik, który pozytywnie ukończy proces walidacji i zda egzamin, uzyskuje kwalifikację branżową: **Specjalista ds. marketingu wspieranego AI**.

Zakres tematyczny usługi szkoleniowej jest spójny z tematyką wynikającą z Regionalnej Strategii Innowacji Województwa Śląskiego 2030 oraz Programu Rozwoju Technologii Województwa Śląskiego na lata 2019-2030 (Obszar technologiczny: Technologie Informacyjne).

Zakres szkolenia i kompetencje, które nabędzie uczestnik są zielone na podstawie bazy danych ESCO – wykazu przykładowych zielonych umiejętności opracowanych przez KE w ramach klasyfikacji ESCO:

Zakres szkolenia pozwala m.in.: poruszać tematy problematyki środowiskowej, promować zrównoważony rozwój, wzbudzać pasję do przyrody, angażować innych w zachowania przyjazne dla środowiska; omawiać kluczowe kwestie związane z ochroną środowiska, takie jak: korzystanie ze źródeł energii odnawialnej, techniki minimalizowania zużycia zasobów oraz śladu węglowego - w sposób angażujący i informacyjny; promować zrównoważony rozwój poprzez skuteczne wykorzystanie narzędzi cyfrowych do szerzenia świadomości ekologicznej i zmiany nawyków konsumenckich.

**Szkolenie poprzez swój zakres tematyczny oraz rozbudowaną część warsztatową wpłynie pozytywnie na poziom umiejętności uczestnika w obszarze nowoczesnych technologii informacyjnych**, dotyczących tworzenia ekologicznych strategii marketingowych w social mediach, które m.in. dzięki wykorzystaniu sztucznej inteligencji - nie pochłaniają znacznej ilości zasobów. Uczestnictwo w szkoleniu skutkować będzie zdecydowaną **atrakcyjnością absolwenta szkolenia na rynku pracy w sektorze zielonej gospodarki**, ale także zdobyciem kompetencji, które przynoszą realne możliwości współpracy z markami różnych sektorów - wszędzie tam, gdzie produkt lub usługa promowana jest w Internecie.

**Szkolenie będzie miało formę głównie warsztatową.** Każdy uczestnik będzie pracował przy komputerze oraz na telefonie, na własnym koncie w mediach społecznościowych, dla którego będzie tworzyć strategię marketingową. Ćwiczenia z tworzenia rolek realizowane są w grupach. **Forma warsztatowa zapewni realizację celu edukacyjnego usługi.**

**Usługa realizowana jest w godzinach zegarowych, tj. 1 godzina lekcyjna = 60 minut.**

Uwaga do harmonogramu: **przerwy na lunch są wliczone w czas trwania usługi** i zostały ustalone na godzinę 12:30 - 13:15 - uwzględniono w harmonogramie.

**Część teoretyczna obejmuje 3,5 godz. zegarowe zajęć, natomiast część praktyczna - 9,5 godz.** Pozostały czas trwania usługi to: 2 przerwy (w I oraz II dniu zajęć) po 45 minut oraz 1,5 godziny przeznaczone na kwestie organizacyjne, walidację usługi i egzamin.

#### **PROGRAM:**

**I DZIEŃ SZKOLENIA [część teoretyczna: 2 godziny, część praktyczna: 5 godzin, przerwa: 45 min, kwestie organizacyjne: 15 min] - 24.01.2026:**

**09:00 - 09:15 Przywitanie uczestników, omówienie szkolenia, przeprowadzenie pre-testów w celu oceny początkowego poziomu wiedzy uczestników.**

**09:15 - 11:30 MODUŁ 1: Optymalizacja kont i fundamenty skutecznych i ekologicznych social mediów.**

1. Jak poprawnie skonfigurować konto firmowe na Instagramie i Facebooku?
2. Jak napisać BIO, które przyciąga uwagę i zwiększa konwersję, uwzględniając wartości proekologiczne?
3. Jakie elementy profilu są kluczowe i jak optymalizować ich format, by zmniejszyć ślad węglowy?
4. Jak zaplanować estetyczny i spójny feed, z ograniczoną ilością nadmiernych grafik?

**Ćwiczenie uczestników:** Audyt własnego profilu z elementami „eko-audytu” (BIO, zdjęcie profilowe, zużycie grafiki).

**11:30 - 13:30 MODUŁ II: Algorytmy i formaty treści w eko-perspektywie.**

1. Jakie formaty treści dominują (posty, karuzele, Reels, Stories) i które są bardziej „energooszczędne”?
2. Jak działa algorytm Instagrama i Facebooka i co decyduje o tym, że post „idzie w świat”?
3. Ile „żyje” post i kiedy publikować treści, by nie zwiększać częstotliwości komunikacji?
4. Jak stosować słowa kluczowe w nowej rzeczywistości social mediów, wspierając komunikację eko?

**Ćwiczenie wspólne:** Analiza przykładów postów z wysokim zasięgiem + wskazanie, które z nich są bardziej „przyjazne środowisku”.

**13:30 - 14:15 Przerwa.**

**14:15 - 17:00 MODUŁ III: Wprowadzenie do AI - ChatGPT w social media i green content.**

1. Jak ChatGPT wspiera planowanie contentu i tworzenie opisów, także z perspektywy green marketingu?
2. Jak pisać skuteczne prompty?
3. Jak AI wspiera tworzenie krótszych, lżejszych treści ograniczających zużycie zasobów cyfrowych?

**Ćwiczenie uczestników:** Generowanie opisów postów z pomocą AI - w tym wpisów podkreślających wartości ekologiczne.

**II DZIEŃ SZKOLENIA [część teoretyczna: 1,5 godziny, część praktyczna: 4,5 godziny, przerwa: 45 min, kwestie organizacyjne: 45 min, walidacja - test: 30 min] - 25.01.2026:**

**09:00 - 09:15 Przywitanie uczestników, krótkie przypomnienie materiału z poprzedniego dnia, rozwiązanie ewentualnych trudności na aktualnym etapie szkolenia.**

**09:15 - 11:30 MODUŁ IV: Tworzenie angażujących i ekologicznych treści - praktyka.**

1. Rolki od teorii do praktyki - jak je wykorzystać do edukacji, inspiracji i budowania społeczności proekologicznej?
2. Co to jest hook i jak może odwoływać się do wartości ekologicznych?
3. Struktura skutecznej rolki: Hook → Wartość → CTA
4. Analiza przykładów rolek: które treści budują świadomość ekologiczną.

**Ćwiczenie w grupach:** Nagranie krótkiej rolki + montaż w CapCut (napisy, muzyka, kompresja pliku).

#### **11:30 - 13:30 MODUŁ V: Zasięg organiczny vs płatny i reklama w social media z eko-perspektywą.**

1. Zasięg organiczny - jak go zwiększyć, dbając o minimalizowanie liczby niepotrzebnych komunikatów?
2. Zasięg płatny - podstawy reklamy na Facebooku i Instagramie.
3. Jak tworzyć grupy odbiorców zainteresowanych treściami ekologicznymi?
4. Jak ustawić pierwsze kampanie reklamowe krok po kroku.

**Ćwiczenie:** Zaplanowanie grupy odbiorców kampanii proekologicznej (cel, targetowanie, budżet).

**13:30 - 14:15 Przerwa.**

#### **14:15 - 16:00 MODUŁ VI: Trendy, UGC i współpraca z influencerami w duchu green marketingu.**

1. Kim są twórcy UGC i jak wspierają ekologiczne kampanie?
2. Jak sprawdzić, czy influencer jest wiarygodny?
3. Jakie formaty reklamowe są najbardziej efektywne i najmniej obciążające środowisko?
4. Konkursy w social media - jak organizować je legalnie, a także w duchu ekologii (np. nagrody zero-waste)?

**Ćwiczenie wspólne:** Analiza przykładów współprac marek z influencerami.

**16:00 - 16:10 Podsumowanie szkolenia, sesja pytań, przeprowadzenie post-testów.**

**16:10 - 16:35 Walidacja.**

**16:35 - 17:00 Egzamin ICVC - test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie.**

#### **\*UWAGI DOTYCZĄCE WALIDACJI:**

Walidacja **przeprowadzana jest w formie ZDALNEJ** [forma zdalna dotyczy tylko i wyłącznie instytucji walidującej i certyfikującej - uczestnicy wypełniają test i realizują ćwiczenia, będąc na sali szkoleniowej] - i podzielona jest na 2 etapy:

- walidację **części praktycznej:** uczestnicy podczas szkolenia wykonują ćwiczenia, gromadząc tym samym dowody pracy własnej i nabycia efektów uczenia się prowadzących do zdobycia umiejętności, pod koniec szkolenia zostają one przesłane do weryfikacji przez instytucję zewnętrzną (analiza dowodów i deklaracji).
- walidację **części teoretycznej:** uczestnicy pod koniec szkolenia wypełniają elektroniczny test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie, który zostaje przygotowany i przesłany przez instytucję zewnętrzną, na podstawie opisanych w karcie usługi efektów uczenia się oraz efektów uczenia się określonych w zakresie kwalifikacji (test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie).

Po uzyskaniu pozytywnej oceny końcowej (z walidacji i egzaminu ICVC), uczestnik otrzymuje certyfikat ICVC potwierdzający nabycie kwalifikacji.

## Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 13

| Przedmiot / temat zajęć                                                                                                                                           | Prowadzący          | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| <div>1 z 13</div> Przywitanie uczestników, omówienie szkolenia, przeprowadzenie pre-testów w celu oceny początkowego poziomu wiedzy uczestników.                  | Agnieszka Trawińska | 24-01-2026            | 09:00               | 09:15               | 00:15         |
| <div>2 z 13</div> MODUŁ 1: Optymalizacja kont i fundamenty skutecznych i ekologicznych social mediów.                                                             | Agnieszka Trawińska | 24-01-2026            | 09:15               | 11:30               | 02:15         |
| <div>3 z 13</div> MODUŁ II: Algorytmy i formaty treści w eko-perspektywie.                                                                                        | Agnieszka Trawińska | 24-01-2026            | 11:30               | 13:30               | 02:00         |
| <div>4 z 13</div> Przerwa.                                                                                                                                        | Agnieszka Trawińska | 24-01-2026            | 13:30               | 14:15               | 00:45         |
| <div>5 z 13</div> MODUŁ III: Wprowadzenie do AI - ChatGPT w social media i green content.                                                                         | Agnieszka Trawińska | 24-01-2026            | 14:15               | 17:00               | 02:45         |
| <div>6 z 13</div> Przywitanie uczestników, krótkie przypomnienie materiału z poprzedniego dnia, rozwiązanie ewentualnych trudności na aktualnym etapie szkolenia. | Agnieszka Trawińska | 25-01-2026            | 09:00               | 09:15               | 00:15         |
| <div>7 z 13</div> MODUŁ IV: Tworzenie angażujących i ekologicznych treści - praktyka.                                                                             | Agnieszka Trawińska | 25-01-2026            | 09:15               | 11:30               | 02:15         |

| Przedmiot / temat zajęć                                                                           | Prowadzący          | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| <b>8 z 13</b> MODUŁ V:<br>Zasięg organiczny vs płatny i reklama w social media z eko-perspektywą. | Agnieszka Trawińska | 25-01-2026            | 11:30               | 13:30               | 02:00         |
| <b>9 z 13</b> Przerwa.                                                                            | Agnieszka Trawińska | 25-01-2026            | 13:30               | 14:15               | 00:45         |
| <b>10 z 13</b> MODUŁ VI: Trendy, UGC i współpraca z influencerami w duchu green marketingu.       | Agnieszka Trawińska | 25-01-2026            | 14:15               | 16:00               | 01:45         |
| <b>11 z 13</b> Podsumowanie szkolenia, sesja pytań, przeprowadzenie post-testów.                  | Agnieszka Trawińska | 25-01-2026            | 16:00               | 16:10               | 00:10         |
| <b>12 z 13</b> Walidacja                                                                          | -                   | 25-01-2026            | 16:10               | 16:35               | 00:25         |
| <b>13 z 13</b> Egzamin ICVC                                                                       | -                   | 25-01-2026            | 16:35               | 17:00               | 00:25         |

## Cennik

### Cennik

| Rodzaj ceny                               | Cena         |
|-------------------------------------------|--------------|
| Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto | 4 944,00 PLN |
| Koszt przypadający na 1 uczestnika netto  | 4 944,00 PLN |
| Koszt osobogodziny brutto                 | 309,00 PLN   |
| Koszt osobogodziny netto                  | 309,00 PLN   |
| W tym koszt walidacji brutto              | 100,00 PLN   |

|                                   |            |
|-----------------------------------|------------|
| W tym koszt walidacji netto       | 100,00 PLN |
| W tym koszt certyfikowania brutto | 150,00 PLN |
| W tym koszt certyfikowania netto  | 150,00 PLN |

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

### Agnieszka Trawińska

Ekspertka ds. social media i strategii marketingowej. Social media managerka z ponad 6-letnim doświadczeniem w branży, specjalizująca się w kompleksowej obsłudze mediów społecznościowych dla marek. Absolwentka Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej (2016) na Uniwersytecie Ekonomicznym, swoją karierę rozpoczęła jako specjalistka ds. marketingu w multiagencji ubezpieczeniowej, a od 2019 roku prowadzi własną działalność, wspierając firmy w budowaniu skutecznej i odpowiedzialnej komunikacji w social mediach.

W swojej codziennej pracy zajmuje się strategią marketingową, tworzeniem angażujących treści (fotografia, wideo, grafika), prowadzeniem kampanii reklamowych (Meta Ads) oraz budowaniem autentycznego wizerunku marek, w duchu zrównoważonego rozwoju.

Jako twórczyni kulinarnego Instagrama @aga.trawinska oraz bohaterka reportażu w „Dzień Dobry TVN” posiada unikalne doświadczenie w tworzeniu contentu, który łączy storytelling z autentycznością.

Doświadczenie zawodowe zdobyte nie wcześniej niż 5 lat lub kwalifikacje nabyte nie wcześniej niż 5 lat – przed datą wprowadzenia szczegółowych danych dotyczących oferowanej usługi: m.in.: Facebook and Instagram PRO (SMN, 2023), Instagram & TikTok 2025 (2025), Specjalista ds. social media (2025).

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Każdy Uczestnik otrzyma **konspekt z materiałami w wersji drukowanej**, który zdecydowanie ułatwia pracę podczas szkolenia, a także posłuży utrwaleniu wiadomości po odbytym szkoleniu. Zapewniamy także notesy i długopisy. Dla chętnych udostępniamy również konspekt w wersji cyfrowej.

### Informacje dodatkowe

Uprzejmie prosimy uczestników **o zabranie ze sobą telefonu (na którym Uczestnik prowadzi social media), laptopa** oraz, w miarę możliwości, myszki komputerowej (która może okazać się przydatna podczas szkolenia). W przypadku braku dostępu do wymienionego sprzętu lub niemożności jego zabrania na szkolenie, **prosimy o wcześniejsze poinformowanie Dostawcy Usługi**.

Pozytywny wynik egzaminu uprawnia do otrzymania **certyfikatu** rozpoznawalnego w branży marketingu cyfrowego, komunikacji online oraz zarządzania marką w środowisku internetowym. **Certyfikat ICVC** jest wydawany osobom, które uzyskały pozytywny wynik walidacji i zdały egzamin ICVC, weryfikujący przygotowanie do pracy na stanowisku **Specjalista ds. marketingu wspieranego AI**.

## Adres

ul. Chełmońskiego 1

44-200 Rybnik

woj. śląskie

Sala szkoleniowa mieści się na II piętrze. Ogólnodostępny parking przy budynku.

## Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

## Kontakt



**Maria Szymak**

**E-mail** [maria.szymak@simply.edu.pl](mailto:maria.szymak@simply.edu.pl)

**Telefon** (+48) 721 324 130