



Skuteczna Reklama na Facebooku i Instagramie [kurs online]

Numer usługi 2025/10/13/178714/3074528

922,50 PLN brutto
750,00 PLN netto
131,79 PLN brutto/h
107,14 PLN netto/h
250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

DIGITALK Artur
Jabłoński

★★★★★ 4,9 / 5

33 oceny

📄 Usługa szkoleniowa

📺 zdalna

🕒 07:00 h

📅 20.04.2026 do 20.04.2027

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Usługa skierowana jest do:

- **Przedsiębiorców (B2B, e-commerce)** chcących samodzielnie prowadzić kampanie reklamowe, pozyskiwać klientów i zwiększać sprzedaż.
- **Marketerów, pracowników agencji i freelancerów** pragnących zdobyć kompleksowe, praktyczne umiejętności tworzenia i optymalizacji reklam na Facebooku i Instagramie dla siebie lub swoich klientów.
- **Influencerów i twórców internetowych**, którzy chcą skutecznie zwiększać zaangażowanie i zasięg swoich treści za pomocą płatnych promocji.

Kurs jest przeznaczony dla osób na każdym poziomie zaawansowania – od zupełnie początkujących, po praktyków, którzy chcą usystematyzować i zaktualizować swoją wiedzę.

Minimalna liczba uczestników

1

Maksymalna liczba uczestników

100

Forma prowadzenia usługi

zdalna

Liczba godzin usługi

7

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Głównym celem jest zdobycie kompleksowej wiedzy i praktycznych umiejętności do samodzielnego tworzenia i optymalizacji skutecznych kampanii reklamowych na Facebooku i Instagramie. Uczestnik nauczy się konfigurować narzędzia reklamowe, precyzyjnie docierać do grup docelowych, tworzyć angażujące kreacje, wykorzystywać remarketing oraz analizować wyniki w celu maksymalizacji zwrotu z inwestycji (ROAS).

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Dobór celu reklamowego	Uczestnik potrafi dobrać odpowiedni cel kampanii reklamowej (np. Sprzedaż z celem konwersji lub Ruch z optymalizacją pod wyświetlenia strony docelowej), aby zrealizować konkretny cel biznesowy klienta.	Test teoretyczny
Tworzenie grupy odbiorców (Remarketing)	Uczestnik zna zasady działania remarketingu i potrafi technicznie skonfigurować grupę niestandardowych odbiorców na podstawie zdarzeń z Piksela Meta (np. zdarzenie AddToCart z wykluczeniem Purchase).	Test teoretyczny
Analiza i optymalizacja kampanii	Uczestnik potrafi analizować kluczowe wskaźniki efektywności (KPI), diagnozować problemy w kampanii (np. niska konwersja na landing page'u, niedopasowanie oferty) i podejmować świadome decyzje optymalizacyjne.	Test teoretyczny
Konfiguracja Piksela Meta	Uczestnik rozumie rolę Piksela Meta w mierzeniu konwersji i potrafi wskazać fundamentalne zdarzenia niezbędne do analityki i optymalizacji kampanii e-commerce (np. Wyświetlenie zawartości, Dodanie do koszyka, Zakup).	Test teoretyczny
Tworzenie kreacji reklamowej	Uczestnik potrafi tworzyć zwięzłe i perswazyjne teksty reklamowe, stosując podstawowe zasady copywritingu (np. odwołanie do korzyści, rozwiązanie problemu, wzbudzenie ciekawości).	Test teoretyczny

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem zawierają opis efektów uczenia się?

TAK

Pytanie 2. Czy dokument lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji i zgodnie z zaplanowanymi metodami walidacji?

TAK

Pytanie 3. Czy dokument lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

Program

Moduł 1 Wstęp do reklamy na Facebooku

Lekcja 1 Reklama na Facebooku to nie tylko promowanie postów.

Lekcja 2 Struktura reklamy na Facebooku: Kampania, Zestaw Reklam, Reklamy

Moduł 2 Cele reklamowe

Lekcja 1 Cel reklamowy: Rozpoznawalność + zasięg

Lekcja 2 Cel reklamowy: Ruch

Lekcja 3 Cel reklamowy: Aktywność

Lekcja 4: Cele reklamowe: kontakty, promocja aplikacji, sprzedaż

Lekcja 5: Cel reklamowy: kontakty + formularze

Lekcja 6: Kampania z celem na sprzedaż

Lekcja 7: Zalecane ustawienia automatyczne kampanii vs ręczne – co wybrać?

Moduł 3 – Business Manager

Lekcja 1: Czym jest Business Manager

Lekcja 2: Dodawanie osób do Business Managera.

Lekcja 3: Dodawanie fanpage'a do BM i przypisywanie ról.

Lekcja 4: Tworzenie i dodawanie konta reklamowego.

Lekcja 5: Dodawanie konta na IG do Business Managera

Lekcja 6: Jak przejść z Meta Business Suite do Menedżera firmy?

Lekcja 7: Jak przejść z Meta Business Suite do Menedżera reklam?

Lekcja 8: Jak zweryfikować domenę w Menedżer firmy.

Moduł 4 – Zestaw reklamowy krok po kroku

Lekcja 1: Krótkie omówienie co jest czym na poziomie zestawu reklam

Lekcja 2: Lokalizacja konwersji

Lekcja 3: Pierwotne grupy odbiorców

Lekcja 4: Cel wyników

Lekcja 5: Lokalizacja – dobre ustawienia

Lekcja 6: Wiek – dobre ustawienia

Lekcja 7: Języki – Dlaczego ta opcja jest przydatna?

Lekcja 8: Jak dobrze wybrać zainteresowania

Lekcja 9: Zwąężanie i rozszerzanie grupy

Lekcja 10: Umiejscowienia

Lekcja 11: Beneficjent i płatnik

Lekcja 12: Operowanie budżetem – dzienny vs całkowity

Lekcja 13: Grupy puste

Lekcja 14: Trzy typy wykluczeń

Moduł 5 – Grupa niestandardowych odbiorców

Lekcja 1: Czym są grupy niestandardowe?

Lekcja 2: Grupy niestandardowe oparte o zdarzenia.

Lekcja 3: Grupy podobnych odbiorców.

Lekcja 4: Wykluczenia grup niestandardowych.

Moduł 6 - Remarketing na Facebooku i Instagramie (Piksel Facebooka)

Lekcja 1: Czym jest piksel Facebooka

Lekcja 2: Polecane wtyczki do instalacji pixela Facebooka

Lekcja 3: Piksel Facebooka – czym są zdarzenia (do nagrania)

Lekcja 4: Piksel Facebooka – instalacja zdarzeń

Lekcja 5: Weryfikacja instalacji piksela

Lekcja 6: Jak zaimplementować pixel przez GTM

Lekcja 7: API konwersji – co to jest?

Lekcja 8: API konwersji – jak włączyć?

Lekcja 9: Konwersje niestandardowe

Moduł 7 Tworzenie reklam + kreacja

Lekcja 1: Tworzenie reklamy krok po kroku

Lekcja 2: Kreacje – najczęstsze błędy

Lekcja 3: Kreacje dobre praktyki

Lekcja 4: Jak pisać skuteczne teksty reklam + Agent do tworzenia treści

Lekcja 5: Przydatne narzędzia do samodzielnego projektowania reklam.

MODUŁ 8 Analiza

Lekcja 1: Co jest gdzie w menadżerze reklam?

Lekcja 2: Jak analizować reklamy?

Lekcja 3: Jak zmierzyć współczynnik konwersji w managerze reklam

MODUŁ 9: Narzędziownik

- Mentor META ADS
- Agent do tworzenia treści
- Checklisty

Cennik

Jeżeli korzystasz z dofinansowania w wysokości co najmniej 70% przysługuje Tobie zwolnienie z podatku VAT

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	922,50 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	750,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	131,79 PLN
Koszt osobogodziny netto	107,14 PLN

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Dostęp do lekcji umieszczonych na platformie.

Certyfikat ukończenia kursu.

Dostęp do zamkniętej grupy na Facebooku, gdzie można konsultować swoje działania.

Warunki techniczne

4. WYMAGANIA TECHNICZNE.

1. Korzystanie z Serwisu możliwe jest pod warunkiem spełnienia po stronie Klienta następujących wymagań technicznych:
2. posiadania urządzenia końcowego (komputer/tablet/telefon komórkowy) umożliwiającego dostęp do sieci Internet, wyposażonego w sprawny system operacyjny,
3. zainstalowania na urządzeniu, o którym mowa w pkt a) powyżej wersji przeglądarki internetowej zapewniającej dostęp do zasobów sieci Internet, takiej jak: Internet Explorer, Google Chrome, Mozilla Firefox, Apple Safari lub innej kompatybilnej, obsługującej pliki cookies,
4. posiadania aktywnego konta poczty e-mail.
5. Celem zapoznania się z zawartością danego Kursu bądź udziału w Webinarze i płynnego odtwarzania transmisji, wymagane jest łącze internetowe o minimalnej prędkości 3 Mb/s oraz posiadanie urządzenia zdolnego do odbioru dźwięku (głośniki lub słuchawki).
6. Przed skorzystaniem z Serwisu Klient obowiązany jest sprawdzić, czy posiadane przez niego urządzenie spełnia wymogi techniczne określone w Regulaminie. W razie wątpliwości co do technicznych możliwości korzystania z Serwisu Klient powinien wysłać

stosownie zapytaniem do Usługodawcy na adres: poczta@arturjablonski.com; szkolenia@digitalk.pl; 601304784

7. Jakość odtwarzanych materiałów wideo dostępnych w ramach danego Kursu lub jakość transmisji Webinarów może zależeć od parametrów technicznych połączenia internetowego oraz parametrów technicznych urządzenia, na którym odtwarzane będą materiały wideo.
8. Usługodawca dołoży należytej staranności, aby korzystanie z Serwisu było poprawne. Jednak Usługodawca nie gwarantuje, iż nie wystąpią problemy z dostępem treści prezentowanych w ramach Serwisu. Przypadki takie, wraz z ich szczegółowym opisem należy zgłaszać do Usługodawcy na adres e-mail: poczta@arturjablonski.com; szkolenia@digitalk.pl; 601304784
9. Usługodawca informuje, iż problemy techniczne bądź ograniczenia techniczne występujące na sprzęcie, z którego korzysta Klient (zapory sieciowe, niewłaściwe wersje przeglądarki internetowej, programy antywirusowe i inne) mogą ograniczyć lub uniemożliwić Klientowi dostęp do Kursów oferowanych w ramach Serwisu.
10. Usługodawca za pośrednictwem Serwisu udostępnia Treści Cyfrowe 24 godziny na dobę, 7 dni w tygodniu przez cały rok. Usługodawca zastrzega sobie prawo do przerw serwisowych. O przerwach technicznych i czasie ich trwania Usługodawca będzie w miarę możliwości informował poprzez dostępne mu środki, w szczególności poprzez umieszczanie stosownych komunikatów w Serwisie.
11. Wszelkie działania podejmowane przez osoby trzecie, które mają dostęp do urządzenia dostępowego Klienta podczas aktywnego zalogowania się do Serwisu, są odnotowywane jako działania Klienta. Klient ponosi wyłączną odpowiedzialność za konsekwencje udostępnienia urządzenia końcowego innym osobom lub pozostawienia go bez nadzoru.

Kontakt



Agnieszka Kubasiewicz

E-mail szkolenia@digitalk.pl

Telefon (+48) 601 304 784