



Kurs: STRATEGIA MARKI ORAZ OBECNOŚĆ W SOCIAL MEDIACH

Numer usługi 2025/10/20/8058/3090900

2 720,00 PLN brutto

2 720,00 PLN netto

87,74 PLN brutto/h

87,74 PLN netto/h

Centrum

Szkoleniowe FRR

Sp. z o.o.

★★★★★ 4,5 / 5

4 387 ocen

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

📄 Usługa szkoleniowa

🕒 31 h

📅 07.01.2026 do 04.02.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Informatyka i telekomunikacja / Aplikacje biznesowe

Grupa docelowa usługi

- specjaliści ds. marketingu i PR,
- osoby odpowiedzialne za komunikację w organizacjach,
- freelancerzy i osoby rozwijające własne marki osobiste,
- twórcy treści i social media managerowie,
- każda osoba zainteresowana marketingiem internetowym
 - pracownicy i kadra zarządzająca MŚP,
 - usługa jest również adresowana do Uczestników Projektu: "Kierunek – Rozwój",
 - Usługa również adresowana dla Uczestników Projektu "Małopolski pociąg do kariery - sezon 1" i/lub dla Uczestników Projektu "Nowy start w Małopolsce z EURESem".
 - Usługa rozwojowa adresowana również dla Uczestników projektu Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe
 - do udziału w usłudze wymagana jest podstawowa wiedza ogólnoeconomiczna uczestnik

Minimalna liczba uczestników

1

Maksymalna liczba uczestników

15

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

Liczba godzin usługi

31

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Znak Jakości Małopolskich Standardów Usług Edukacyjno-Szkoleniowych (MSUES) - wersja 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Celem kursu „STRATEGIA MARKI ORAZ OBECNOŚĆ W SOCIAL MEDIACH” jest przygotowanie uczestnika do samodzielnego, efektywnego kreowania obecności marki w internecie, zgodnej z celami biznesowymi oraz zaplanowania i prowadzenia profesjonalnych działań komunikacyjnych w social mediach

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Definiuje tożsamość marki	Potrafi określić misję i wizję marki	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Definiuje tożsamość marki	Rozróżnia wartości marki i ich rolę	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Analizuje rynek i konkurencję	Umie wskazać grupę docelową	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Analizuje rynek i konkurencję	Stosuje podstawowe narzędzia do analizy konkurencji	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Buduje komunikację marki	Potrafi określić kluczowe komunikaty	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Buduje komunikację marki	Umie dobrać kanały komunikacji	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Tworzy i optymalizuje profil firmowy	Potrafi wskazać elementy profilu	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Tworzy i optymalizuje profil firmowy	Umie ustawić cele marketingowe	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Tworzy angażujący content	Dobiera typy treści do odbiorców	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Tworzy angażujący content	Stosuje narzędzia do tworzenia contentu	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Prowadzi kampanie reklamowe	Zna podstawy Facebook Ads	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Prowadzi kampanie reklamowe	Analizuje wyniki kampanii	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Tworzy atrakcyjny profil	Umie optymalizować bio	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Tworzy atrakcyjny profil	Potrafi używać linków	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Projektuje treści wizualne	Tworzy treści zgodne z estetyką marki	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Projektuje treści wizualne	Planuje harmonogram publikacji	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Stosuje reklamy i hashtagi	Dobiera skuteczne hashtagi	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Stosuje reklamy i hashtagi	Tworzy kampanie reklamowe	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Tworzy angażujące treści	Zna rodzaje popularnych treści	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Tworzy angażujące treści	Umie wykorzystać muzykę i efekty	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Optymalizuje profil marki	Potrafi określić cele konta	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Optymalizuje profil marki	Dobiera elementy profilu	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Współpracuje z influencerami	Rozpoznaje rolę influencerów	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Prowadzi kampanie reklamowe	Zna podstawy reklamy TikTok Ads	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Tworzy profesjonalny profil	Rozróżnia profil osobisty i firmowy	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Buduje sieć kontaktów	Zna zasady networkingu	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Buduje sieć kontaktów	Rozumie rolę rekomendacji	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Tworzy wartościowe treści i reklamy	Projektuje content marketing	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Tworzy wartościowe treści i reklamy	Zna reklamy LinkedIn Ads	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

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

Kurs składa się z następujących modułów

Strategia marki

1. Wprowadzenie do strategii marki

- Czym jest marka i dlaczego jest ważna?
- Elementy skutecznej strategii marki.

1. Definiowanie tożsamości marki

- Misja, wizja, wartości marki.
- Tworzenie persony marki.

1. Analiza rynku i konkurencji

- Badanie grupy docelowej.
- Narzędzia do analizy konkurencji.

1. Budowanie komunikacji marki

- Kluczowe komunikaty i ton marki.
- Jak przyciągnąć i zaangażować odbiorców?

1. Warsztat: Tworzenie własnej strategii marki

- Uczestnicy tworzą w grupach szkic strategii dla swojej marki.

Facebook jako skuteczne narzędzie marketingowe

1. Wprowadzenie do Facebooka jako narzędzia marketingowego

- Statystyki i trendy użytkowania.
- Jak Facebook różni się od innych platform?

1. Tworzenie i optymalizacja profilu firmowego

- Kluczowe elementy profilu.
- Jak ustawić cele marketingowe?

1. Content marketing na Facebooku

- Rodzaje treści: posty, video, relacje.
- Jak tworzyć angażujące treści?
- Narzędzia do tworzenia contentu

1. Reklama na Facebooku

- Wprowadzenie do Facebook Ads.
- Jak tworzyć skuteczne kampanie reklamowe?

1. Analiza wyników i optymalizacja

- Kluczowe metryki do śledzenia.
- Jak interpretować wyniki i dostosowywać strategię?

Instagram w marketingu

1. Wprowadzenie do Instagramu

- Statystyki użytkowania i demografia.
- Dlaczego Instagram jest ważny dla marek?

1. Tworzenie atrakcyjnego profilu

- Kluczowe elementy profilu.
- Jak używać bio i linków?

1. Content na Instagramie

- Rodzaje treści: posty, stories, reels.
- Jak planować i tworzyć atrakcyjne treści wizualne?
- Narzędzia do tworzenia contentu

1. Hashtagi i zasięg organiczny

- Jak dobierać hashtagi?
- Strategie zwiększania zasięgu organicznego.

1. Reklama na Instagramie

- Wprowadzenie do Instagram Ads.
- Jak tworzyć kampanie reklamowe na Instagramie?

Autor programu: Justyna Toros

TikTok – nowa platforma marketingowa

1. Wprowadzenie do TikToka

- Statystyki użytkowania i demografia.
- Jak TikTok zmienia sposób tworzenia treści?

1. Tworzenie konta i profilu

- Kluczowe elementy profilu.
- Jak ustawić cele na TikToku?

1. Content na TikToku

- Rodzaje treści: trendy, wyzwania, edukacja.
- Jak tworzyć angażujące filmy?
- Narzędzia do tworzenia contentu

1. Strategie marketingowe na TikToku

- Jak wykorzystać influencerów?
- Współpraca z użytkownikami.

1. Reklama na TikTok

- Wprowadzenie do TikTok Ads.
- Jak tworzyć kampanie reklamowe na TikTok

LinkedIn

1. Wprowadzenie do LinkedIn

- Statystyki użytkowania i demografia.
- Jak LinkedIn różni się od innych platform?

1. Tworzenie profilu osobistego i firmowego

- Kluczowe elementy profilu.
- Jak optymalizować profil pod kątem rekrutacji i biznesu?

1. Networking i budowanie relacji

- Jak skutecznie korzystać z LinkedIn do networkingu?
- Wartość rekomendacji i świadectw.

1. Content marketing na LinkedIn

- Jak tworzyć wartościowe treści?
- Jak angażować swoją sieć?
- Narzędzia do tworzenia contentu

1. Reklama na LinkedIn

- Wprowadzenie do LinkedIn Ads.
- Jak tworzyć skuteczne kampanie reklamowe?

Szkolenie jest realizowane w godzinach dydaktycznych. Dodatkowo każdego dnia w trakcie szkolenia przewidziana jest jedna przerwa 15 minutowa oraz jedna przerwa lunchowa trwająca 45 minut. Przerwy nie są ujęte w polu „Liczba godzin dydaktycznych”, ale są wliczone do tabeli z harmonogramem zajęć. Na zakończenie szkolenia zostanie przeprowadzona walidacja nabytych efektów uczenia się (test teoretyczny przeprowadzony za pomocą narzędzi cyfrowych) trwająca 1 godzinę dydaktyczną. Wyniki testów cyfrowych generowane są automatycznie przez system, od razu po zakończeniu walidacji.

Wymagany poziom obecności na zajęciach 80-100% (w zależności od wymagań operatora).

Do udziału w usłudze wymagana jest podstawowa wiedza ogólnoeconomiczna uczestników.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 26

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 26 STRATEGIA MARKI: Wprowadzenie do strategii marki; definiowanie tożsamości marki – wykłady, ćwiczenia i czat na żywo	Justyna Toros	07-01-2026	09:00	10:30	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
2 z 26 STRATEGIA MARKI: Analiza rynku i konkurencji – wykłady, ćwiczenia i czat na żywo	Justyna Toros	07-01-2026	10:30	12:15	01:45
3 z 26 Przerwa lunchowa (nie wliczana do liczby godzin usługi)	Justyna Toros	07-01-2026	12:15	13:00	00:45
4 z 26 STRATEGIA MARKI: Budowanie komunikacji marki – wykłady, ćwiczenia i czat na żywo	Justyna Toros	07-01-2026	13:00	13:30	00:30
5 z 26 STRATEGIA MARKI: Warsztat: Tworzenie własnej strategii marki – wykłady, ćwiczenia i czat na żywo	Justyna Toros	07-01-2026	13:30	14:30	01:00
6 z 26 FACEBOOK: Wprowadzenie do Facebooka jako narzędzia marketingowego; tworzenie i optymalizacja profilu firmowego – wykłady, ćwiczenia i czat na żywo	Justyna Toros	14-01-2026	09:00	10:30	01:30
7 z 26 FACEBOOK: Content marketing na Facebooku – wykłady, ćwiczenia i czat na żywo	Justyna Toros	14-01-2026	10:30	12:15	01:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
8 z 26 Przerwa lunchowa (nie wliczana do liczby godzin usługi)	Justyna Toros	14-01-2026	12:15	13:00	00:45
9 z 26 FACEBOOK: Reklama na Facebooku – wykłady, ćwiczenia i czat na żywo	Justyna Toros	14-01-2026	13:00	13:30	00:30
10 z 26 FACEBOOK: Analiza wyników i optymalizacja – wykłady, ćwiczenia i czat na żywo	Justyna Toros	14-01-2026	13:30	14:30	01:00
11 z 26 INSTAGRAM W MARKETINGU: Wprowadzenie do Instagramu; tworzenie atrakcyjnego profilu – wykłady, ćwiczenia i czat na żywo	Justyna Toros	21-01-2026	09:00	10:30	01:30
12 z 26 INSTAGRAM W MARKETINGU: Content na Instagramie – wykłady, ćwiczenia i czat na żywo	Justyna Toros	21-01-2026	10:30	12:15	01:45
13 z 26 Przerwa lunchowa (nie wliczana do liczby godzin usługi)	Justyna Toros	21-01-2026	12:15	13:00	00:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
14 z 26 INSTAGRAM W MARKETINGU: Hashtagi i zasięg organiczny – wykłady, ćwiczenia i czat na żywo	Justyna Toros	21-01-2026	13:00	13:30	00:30
15 z 26 INSTAGRAM W MARKETINGU: Reklama na Instagramie – wykłady, ćwiczenia i czat na żywo	Justyna Toros	21-01-2026	13:30	14:30	01:00
16 z 26 TIKTOK – NOWA PLATFORMA MARKETINGOWA : Wprowadzenie do TikToka; tworzenie konta i profilu – wykłady, ćwiczenia i czat na żywo	Justyna Toros	28-01-2026	09:00	10:30	01:30
17 z 26 TIKTOK – NOWA PLATFORMA MARKETINGOWA : Content na TikToku – wykłady, ćwiczenia i czat na żywo	Justyna Toros	28-01-2026	10:30	12:15	01:45
18 z 26 Przerwa lunchowa (nie wliczana do liczby godzin usługi)	Justyna Toros	28-01-2026	12:15	13:00	00:45
19 z 26 TIKTOK – NOWA PLATFORMA MARKETINGOWA : Strategie marketingowe na TikToku – wykłady, ćwiczenia i czat na żywo	Justyna Toros	28-01-2026	13:00	13:30	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
20 z 26 TIKTOK – NOWA PLATFORMA MARKETINGOWA : Reklama na TikToku – wykłady, ćwiczenia i czat na żywo	Justyna Toros	28-01-2026	13:30	14:30	01:00
21 z 26 LINKEDIN: Wprowadzenie do LinkedIn; tworzenie profilu osobistego i firmowego – wykłady, ćwiczenia i czat na żywo	Justyna Toros	04-02-2026	09:00	10:30	01:30
22 z 26 LINKEDIN: Networking i budowanie relacji – wykłady, ćwiczenia i czat na żywo	Justyna Toros	04-02-2026	10:30	12:15	01:45
23 z 26 Przerwa lunchowa (nie wliczana do liczby godzin usługi)	Justyna Toros	04-02-2026	12:15	13:00	00:45
24 z 26 LINKEDIN: Content marketing na LinkedIn – wykłady, ćwiczenia i czat na żywo	Justyna Toros	04-02-2026	13:00	13:30	00:30
25 z 26 LINKEDIN: Reklama na LinkedIn – wykłady, ćwiczenia i czat na żywo	Justyna Toros	04-02-2026	13:30	14:30	01:00
26 z 26 Walidacja	Justyna Toros	04-02-2026	14:30	15:15	00:45

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	2 720,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	2 720,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	87,74 PLN
Koszt osobogodziny netto	87,74 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Justyna Toros

Ekspertka w dziedzinie digital marketingu, która od ponad dekady z pasją i zaangażowaniem tworzy strategie przynoszące realne efekty. Jej bogate, ponad 10-letnie doświadczenie pozwoliło wyspecjalizować się w kluczowych obszarach: od kreowania kompleksowych strategii marketingowych, przez dynamiczne i angażujące prowadzenie kanałów społecznościowych, aż po precyzyjne zarządzanie kampaniami płatnymi. Z sukcesem współpracuje z klientami o różnej skali – od jednoosobowych działalności gospodarczych, które stawiają pierwsze kroki w świecie online, po duże spółki akcyjne, które chcą umocnić swoją pozycję na rynku. Niezależnie od wielkości firmy, z jednakowym zaangażowaniem wspiera ich w osiąganiu ambitnych celów biznesowych. W codziennej pracy kieruje się maksymą: „Bycie w social mediach to podstawa, ale skuteczność zaczyna się tam, gdzie kończy się chaos, a zaczyna strategiczny wybór odpowiedniego kanału.” To właśnie to strategiczne podejście sprawia, że działania są zawsze przemyślane i prowadzą do trwałych rezultatów.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymują autorskie materiały szkoleniowe wykładowcy w tym np.:

- skrypty i autorską prezentację,
- scenariusze,
- pliki dokumentów przygotowanych w formacie PDF lub/i Excel,
- zadania i ćwiczenia,
- materiał dydaktyczny "umiejętności i kompetencje społeczne"

Warunki uczestnictwa

Zgłoszenie poprzez BUR oraz bezpośrednio na stronie www.frr.pl w celu zawarcia umowy świadczenia usług i wyrażenia zgody na przetwarzanie danych osobowych.

Informacje dodatkowe

W polu Liczba godzin usługi wymiar godzin szkolenia jest przedstawiony w godzinach dydaktycznych (1 godzina dydaktyczna usługi = 45 minut).

W sytuacjach nagłych/nieprzewidzianych, jak również w przypadku problemów technicznych prosimy uczestników szkolenia o kontakt z opiekunem szkolenia.

Oświadczam, że firma Centrum Szkoleniowe FRR Sp. z o.o. (NIP 5213544873) jest wpisana do ewidencji szkół i placówek niepublicznych prowadzonej przez m. st. Warszawa pod numerem 1050K i na tej podstawie jest uprawniona do wystawiania faktur ze stawką VAT zw. (usługa szkoleniowa zwolniona z VAT zgodnie z art. 43 ust. 1 pkt. 26 lit. a Ustawy o podatku od towarów i usług z dn. 11.03.2004 r.).

Zawarto umowę z WUP w Toruniu w ramach Projektu: „Kierunek – Rozwój”.

Zawarto umowę z Wojewódzkim Urzędem Pracy w Szczecinie na świadczenie usług rozwojowych z wykorzystaniem elektronicznych bonów szkoleniowych w ramach projektu Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe

Warunki techniczne

Wymagania techniczne:

- szkolenie będzie realizowane na platformie ClickMeeting (www.clickmeeting.com/pl), która działa w przeglądarce internetowej (należy posiadać aktualną wersję przeglądarki: google chrome/ firefox/ opera/ safari lub Edge),
- komputer/laptop/tablet prawidłowo połączony ze sprawnymi: głośnikami, mikrofonem oraz kamerą,
- Internet o minimalnej prędkości pobierania 2 Mb/s (weryfikacja: <https://www.speedtest.pl/>),
- komputer/laptop/tablet z wgranym systemem Windows lub iOS i aktualną wersją ww. przeglądarki internetowej,
- komputer/laptop/tablet z zainstalowanym oprogramowaniem MS Office (w szczególności MS Excel).

Usługa jest dostępna na wszystkich urządzeniach (laptop, tablet czy telefon komórkowy) posiadających stały dostęp do Internetu.

Uczestnicy otrzymają osobne linki dostępowe do każdego dnia szkolenia, na maksymalnie 1 dzień przed rozpoczęciem każdego dnia szkolenia. Otrzymany link będzie aktywny do czasu zakończenia dnia szkolenia.

Usługa będzie rejestrowana i nagrywana w celu monitoringu. Nagranie będzie udostępnione (na ograniczony czas) uczestnikom po uprzednim wyrażeniu zgody wykładowców i uczestników w celu utrwalenia efektów kształcenia.

Podstawą do rozliczenia usługi jest wygenerowanie z systemu raportu, umożliwiającego identyfikację wszystkich uczestników oraz zastosowanego narzędzia.

Kontakt



Paulina Kołataj

E-mail paulina.kolataj@frr.pl

Telefon (+48) 696 262 013