



COCONUT SPÓŁKA
Z OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚ
CIĄ

★★★★★ 4,9 / 5

1 029 ocen

Social media marketing: META wizerunek, META Ads, Google Ads

Numer usługi 2025/11/10/115852/3138228

📍 Rzeszów / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 33 h

📅 04.03.2026 do 06.03.2026

3 475,00 PLN brutto

3 475,00 PLN netto

105,30 PLN brutto/h

105,30 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Grupa docelowa usługi	Właściciele firm, prezesi oraz menedżerowie na średnim i wyższym szczeblu, Pracownicy działów sprzedażowych i marketingowych - projekt managerzy, Wyspecjalizowane działy w obrębie danej firmy - specjaliści ds. marketingu, PR, e-commerce, Osoby poszukujące rozwoju osobistego i chcące zwiększyć swoje kompetencje w zakresie wykorzystania sztucznej inteligencji w życiu zawodowym, a także prywatnym.
Minimalna liczba uczestników	1
Maksymalna liczba uczestników	7
Data zakończenia rekrutacji	03-03-2026
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	33
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Celem szkolenia jest przygotowanie uczestników do skutecznego planowania, realizacji i monitorowania kampanii marketingowych na platformach Facebook i Google Ads poprzez zdobycie wiedzy o strategii doboru grup odbiorczych, tworzenia angażujących treści, prowadzenia działań zwiększających liczbę obserwujących i analizy kampanii. Szkolenie ma na celu wyposażać uczestników w praktyczne umiejętności oraz wiedzę, które pozwolą im efektywnie zarządzać działaniami marketingowymi w social mediach.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Wiedza: Definiuje zasady prowadzenia działań na platformach Facebook i Instagram. Obsługuje platformę społecznościową Facebook i Google Ads Umiejętności: Planuje i realizuje kampanie marketingowe dedykowane na platformę Facebook i Google Ads	Charakteryzuje różnice między platformą Facebook i Google Ads: rozróżnia typy kampanii, rodzaje reklam	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
		Test teoretyczny
	Wykorzystuje najważniejsze narzędzia na Facebooku i Google Ads w celu dostosowania ich do potrzeb i identyfikacji firmy. Tworzy strategie marketingowe za pomocą Social Mediów, skutecznie zarządza kampaniami, wykazując umiejętność planowania, wdrażania oraz monitorowania ich rezultatów. Tworzy niestandardowe grupy w celach reklamowych.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Identyfikuje wyniki realizowanych kampanii, analizować błędy popełnione w trakcie ich przygotowania oraz przedstawiać skuteczne metody ich korekty.	Test teoretyczny
Kompetencje Społeczne: Samodzielnie identyfikuje swój styl uczenia się i planuje indywidualne ścieżki dalszego kształcenia, dobierając odpowiednie metody i źródła, które wspierają jego rozwój osobisty oraz zawodowy. Komunikuje się i buduje relacje.	Samodzielnie identyfikuje swój styl uczenia się i planuje indywidualne ścieżki dalszego kształcenia, dobierając odpowiednie metody i źródła, które wspierają jego rozwój osobisty oraz zawodowy. Rozpoznaje i rozumie potrzeby oraz oczekiwania swoich odbiorców. Skutecznie angażuje odbiorców, co sprzyja nawiązywaniu długotrwałych relacji.	Wywiad swobodny

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:

1. Profil na Facebooku – ważne aspekty na fanpage'u, które budują wiarygodność marki i wpływają na jej pozycjonowanie w wyszukiwarce.
2. Analiza konta na Facebooku – mocne i słabe strony.
3. Analiza konkurencji – 2 najbliższe przykłady – mocne i słabe strony.
4. Tworzenie strategii działania.
5. Jak tworzyć treści, które porwą miliony? Język i narracja.
6. Posty, które budują zaangażowanie – case studies.
7. Sytuacja kryzysowa – jak sobie z nią poradzić?
8. Organizowanie konkursów w mediach społecznościowych.
9. Wydarzenia na Facebooku.
10. Narzędziownia.
11. Harmonogram publikacji + szata graficzna.
12. Czego nie wolno promować na Facebooku, jakich kwestii unikać?
13. Wstęp do Instagrama – podstawowe statystyki.
14. Rodzaje kont na Instagramie.
15. Profil firmowy na Instagramie – elementy na profilu, które budują wiarygodność marki i wpływają na jej pozycjonowanie w wyszukiwarce.
16. Biogram – krótka historia Twojej firmy.
17. Siła # – nauka poprawnego używania hashtagów oraz ewentualne naruszenia.
18. Relacje na Instagramie – potencjał Instagram Stories oraz szereg możliwości.
19. Katalogi/przewodniki – drugi feed na Instagramie.
20. Metody na zbudowanie większego zaangażowania na profilu firmowym.
21. Sposoby na pozyskanie nowych followersów na Instagramie.
22. Analiza statystyk na Instagramie.

Dzień 2:

1. Skuteczna reklama w Business Managerze – cena vs. dopasowanie do odbiorcy.
2. Od czego zależy koszt reklamy? – wyjaśnienie działania algorytmów Facebooka.
3. Porównanie typów treści pod kątem skuteczności przekazu reklamowego.
4. Schemat lejka reklamowego – przygotowanie infrastruktury jeszcze przez kampanią.
5. Business Facebook, czyli firmowe konto reklamowe.
6. Wyjaśnienie opcji i pojęć w menedżerze reklam.
7. Konfiguracja ustawień rozliczeniowych.

8. Administracja użytkownikami, role i nadawanie dostępów.
9. Jak radzić sobie z najczęściej występującymi problemami.
10. Podstawy tworzenia atrakcyjnej formy wizualnej.
11. Zasady tworzenia chwytliwych nagłówków reklamowych.
12. Objaśnienie formatów reklam i wymiarów kreacji w zależności od umiejscowienia.
13. Wymagania i ograniczenia wynikające z regulaminu Facebooka.
14. Struktura kampanii, czyli kampania, zestaw reklam i kreacja reklamowa.
15. Omówienie celów reklamowych z przykładami zastosowania.
16. Planowanie budżetu – model rozliczeniowy, wydatkowanie dzienne vs. lifetime.
17. Dobór grupy docelowej (zainteresowania, zachowanie, demografia).
18. Podstawy segmentacji grup docelowych.
19. Omówienie wskaźników efektywności reklamy.
20. Statystyki reklam – jak można je wykorzystać do optymalizacji kampanii.
21. Pixel Facebooka – podstawy analityki.
22. Zestawy reklam – tworzenie wykluczeń.

Dzień 3:

1. Skuteczna reklama w Google Ads – cena vs. dopasowanie do odbiorcy.
2. Od czego zależy koszt reklamy – wyjaśnienie działania algorytmów.
3. Schemat lejka reklamowego – przygotowanie infrastruktury jeszcze przed kampanią.
4. Firmowe konto reklamowe.
5. Wyjaśnienie podstawowych opcji i pojęć.
6. Konfiguracja ustawień rozliczeniowych.
7. Administracja użytkownikami, role i nadawanie dostępów.
8. Jak radzić sobie z najczęściej występującymi problemami.
9. Podstawy tworzenia atrakcyjnej formy reklamy.
10. Zasady tworzenia chwytliwych nagłówków reklamowych.
11. Objaśnienie formatów reklam i wymiarów kreacji w zależności od umiejscowienia.
12. Kampania Produktowa.
13. Kampania w sieci wyszukiwania.
14. Kampania w GDN.
15. Struktura kampanii, czyli kampania, zestaw reklam i kreacja reklamowa.
16. Omówienie celów reklamowych z przykładami zastosowania.
17. Planowanie budżetu – model rozliczeniowy, wydatkowanie dzienne vs. lifetime.
18. Dobór grupy docelowej (zainteresowania, zachowanie, demografia).
19. Podstawy segmentacji grup docelowych.
20. Omówienie wskaźników efektywności reklamy.
21. Statystyki reklam – jak można je wykorzystać do optymalizacji kampanii.
22. Podstawy analityki.
23. Zestawy reklam – tworzenie wykluczeń.
24. Google Ads w Google Analytics 4.

Walidacja

Szkolenie zamknięte – dedykowane pracownikom jednej firmy.

Zajęcia realizowane w formule godzin dydaktycznych (45 min).

Szkolenie obejmuje 33 godziny dydaktyczne 45 min.

Przerwy są realizowane na prośbę uczestników, maksymalnie 15 min na każde 4 godziny usługi.

Przerwy i walidacja wlicza się w liczbę godzin usługi.

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	3 475,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	3 475,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	105,30 PLN
Koszt osobogodziny netto	105,30 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Michał Wójcik

Przedsiębiorca, Dyrektor Sprzedaży i Rozwoju Biznesu, Absolwent Akademii Górniczo-Hutniczej w Krakowie i Akademii Leona Koźmińskiego w Warszawie.

Właściciel Agencji Marketingu Internetowego Coconut Agency, zajmującej się promocją firm z sektora FMCG w internecie zatrudniającej zespół 15 specjalistów marketingu. Agencja Marketingowa współpracuje m.in. z markami Dallmayr, PupilFoods, QuestForEnglish, EkoEnergia Polska czy Sonte.

Właściciel firmy produkującej odzież pod marką REBEL, która tworzy kolekcje odzieżowe dla największych firm i uczelni w Polsce. Firma zatrudnia zespół 13 sprzedawców w całej Polsce. Firma REBEL współpracuje m.in. z markami KFD, BASED, Akademia Górniczo-Hutnicza w Krakowie, Akademia Wychowania Fizycznego w Katowicach, Uniwersytet Warszawski czy Uniwersytet Szczeciński.

Wiedzę na temat marketingu, sprzedaży i rozwoju biznesu zdobywał na Akademii Górniczo-Hutniczej w Krakowie, na której ukończył kierunek Zarządzanie i na Akademii Leona Koźmińskiego w Warszawie, na której ukończył kierunek Zarządzanie Strategiczne. Absolwent Komentarium MBA oraz wielu warsztatów z zarządzania, sprzedaży, negocjacji i marketingu.

Pasjonat rozwoju i automatyzacji biznesu oraz strategicznego zarządzania przedsiębiorstwem. Uważa, że skupienie się na celu biznesowym firmy pod kątem skutecznego zaplanowania działań

marketingowych i sprzedażowych, jest kluczowym czynnikiem sukcesu rozwoju każdego przedsiębiorstwa.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

skrypt szkoleniowy, prezentacja multimedialna

Informacje dodatkowe

Po zrealizowanym szkoleniu uczestnik otrzyma certyfikat potwierdzający uczestnictwo w szkoleniu - wymagane jest uczestnictwo w co najmniej 80% zajęć.

Uczestnicy zobowiązują się do podpisania listy obecności, co będzie stanowić potwierdzenie ich udziału w usłudze.

Podczas każdego dnia szkoleniowego, który trwa dłużej niż 4 godziny, uczestnicy mają prawo do minimum jednej przerwy, która powinna trwać co najmniej 15 minut.

Usługa szkoleniowa jest zwolniona z podatku VAT, pod warunkiem że dofinansowanie pokrywa, co najmniej 70% kosztów szkolenia. W przypadku mniejszego wsparcia finansowego, do ceny netto usługi dodawany jest podatek VAT w wysokości 23%. Przepis na podstawie którego stosowane jest zwolnienie od podatku (stawka VAT zw.): Zwolnienie z podatku VAT na podstawie §3 ust.1 pkt 14 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20.12.2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień (Dz.U. z 2015 r., poz.736).

Adres

ul. Dworzysko 2a
35-213 Rzeszów
woj. podkarpackie

Szkolenie w siedzibie klienta.

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Wi-fi

Kontakt



Dawid Czechowicz

E-mail d.czechowicz@coconutagency.pl

Telefon (+48) 505 504 478