



MARKETING W SOCIAL MEDIA

Numer usługi 2025/11/17/14511/3152724

2 600,00 PLN brutto

2 600,00 PLN netto

144,44 PLN brutto/h

144,44 PLN netto/h

OPENITY SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚ
CIĄ

★★★★★ 4,5 / 5

277 ocen

📍 Wrocław

🏠 Usługa szkoleniowa

📄 stacjonarna

🕒 18:00 h

📅 13.06.2026 do 14.06.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Inne / Artystyczne

Grupa docelowa usługi

Kurs skierowany jest do osób, które świadomie planują wykorzystać social media w pracy zawodowej, zarówno pracowników, jak i pracodawców.

Szkolenie jest skierowane do:

- **Właścicieli małych i średnich firm**, którzy chcą zwiększyć swoją widoczność w social media i pozyskać nowych klientów.
- **Specjalistów ds. marketingu** i osób odpowiedzialnych za promocję firmy w social media.
- **Przedsiębiorców w branży usługowej**, takich jak fryzjerzy, barberzy, kosmetolodzy, trenerzy personalni, którzy chcą skutecznie promować swoje usługi online.
- **Osób, które planują rozpocząć działalność online** i chcą budować swoją obecność w social mediach

Minimalna liczba uczestników

2

Maksymalna liczba uczestników

2

Data zakończenia rekrutacji

05-06-2026

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

18

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Znak Jakości TGLS Quality Alliance

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje do praktycznych umiejętności tworzenia treści reklamowych i promocyjnych z szeroko pojętych mediów społecznościowych. Począwszy od przygotowania treści (grafik, zdjęć, tekstów), poprzez odpowiednie planowanie kampanii, po techniczną obsługę najważniejszych social mediów oraz programów pomocnych w tworzeniu treści. Nabyta wiedza i umiejętności kursant będzie potrafił wykorzystać podczas codziennej pracy.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

| Efekty uczenia się | Kryteria weryfikacji | Metoda walidacji |
|--|--|---|
| Wiedza - Uczestnik definiuje pojęcie multimediów w kontekście social mediów | rozdziela multimedia od innych form treści w pytaniach testowych | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
| | klasyfikuje zdjęcia, grafiki, rolki i filmy wideo według ich cech i zastosowania | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
| | ocenia zasadność wyboru platformy w pytaniach sytuacyjnych | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
| | rozdziela treści objęte i nieobjęte prawem autorskim | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
| Wiedza - Uczestnik charakteryzuje zasady prawa autorskiego i ochrony wizerunku | definiuje pojęcie ochrony wizerunku | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
| | wskazuje poprawne działania zabezpieczające przed naruszeniem prawa | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
| Wiedza - Uczestnik charakteryzuje zasady kompozycji obrazu w multimediach | rozdziela zasady kompozycji i kadrowania | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
| | klasyfikuje sposoby dynamizowania i uspokajania obrazu | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
| | ocenia poprawność kompozycji na podstawie opisu przypadku | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
| Wiedza - Uczestnik charakteryzuje narzędzia i aplikacje do tworzenia multimediów | rozdziela aplikacje mobilne do edycji zdjęć i wideo | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
| | klasyfikuje funkcje aplikacji mobilnych i desktopowych | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |

| Efekty uczenia się | Kryteria weryfikacji | Metoda walidacji |
|---|--|---|
| Wiedza - Uczestnik charakteryzuje podstawy edytowania zdjęć i wideo na potrzeby social mediów | opisuje etapy montażu wideo | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
| | rozdziela techniki przycinania, korekcji kolorów i dodawania efektów | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
| | wskazuje poprawne metody dodawania napisów i grafik | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
| Wiedza - Uczestnik definiuje pojęcie strategii contentowej i storytellingu | definiuje strategię contentową i storytelling | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
| | rozdziela elementy angażującej treści | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
| Wiedza - Uczestnik charakteryzuje zasady marketingu własnej marki w social mediach Umiejętności - Uczestnik planuje publikację treści multimedialnych w social mediach | rozdziela narzędzia promocji treści | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
| | opisuje wpływ algorytmów na zasięg treści | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
| | klasyfikuje najczęstsze błędy w tworzeniu treści | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
| | planuje harmonogram publikacji na podstawie opisu przypadku | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
| | dobiera format treści do celu komunikacyjnego | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
| Umiejętności - Uczestnik dobiera narzędzia i techniki edycji do określonego celu | dobiera aplikację do edycji zdjęć lub wideo | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
| | uzasadnia wybór techniki edycji w pytaniach testowych | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
| Umiejętności - Uczestnik analizuje treści multimedialne pod kątem ich skuteczności | analizuje opisane statystyki publikacji | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
| | ocenia skuteczność treści na podstawie wskaźników | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
| Umiejętności - Uczestnik organizuje proces tworzenia i publikacji treści | organizuje pracę z wykorzystaniem planowania do przodu | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
| | wskazuje sposoby łączenia mediów w celu oszczędności czasu | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |

| Efekty uczenia się | Kryteria weryfikacji | Metoda walidacji |
|--|---|---|
| Kompetencje społeczne - Uczestnik respektuje zasady prawa autorskiego i ochrony wizerunku w działaniach online | rozdziela działania zgodne i niezgodne z prawem | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
| | ocenia ryzyko naruszeń w opisanych sytuacjach | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
| Kompetencje społeczne - Uczestnik ocenia jakość i etyczność publikowanych treści | ocenia treści pod kątem estetyki i spójności wizerunkowej | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
| | klasyfikuje błędy komunikacyjne w mediach społecznościowych | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
| Kompetencje społeczne - Uczestnik uzasadnia wybór strategii komunikacji własnej marki | uzasadnia decyzje dotyczące promocji marki | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
| | marki uzasadnia decyzje dotyczące promocji marki Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie ocenia dopasowanie treści do grupy docelowej | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |

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

1. Wprowadzenie do multimediów w social mediach

- co to są multimedia w kontekście social media?
- jakie są różnice między zdjęciami, grafikami, rolkami, a filmami wideo?
- jakie platformy warto brać pod uwagę w zależności od typu treści?

1. Prawa autorskie i ochrona wizerunku

- co oznacza ochrona wizerunku i jak możemy się zabezpieczyć przed niepożądanymi konsekwencjami
- co jest objęte prawami autorskimi, a co nie?
- w jaki sposób zadbać o to, by materiały, które publikujemy, tworzymy, nie naruszały praw autorskich innych osób

1. Kompozycja – siła obrazu

- zasady kompozycji
- jak kadrować
- uspokajanie i dynamizowanie obrazu
- przedstawianie ruchu

1. Praca z telefonem – przygotowanie treści

- jak wykorzystać dostępne narzędzia (aplikacje) do produkcji zdjęć i wideo?
- omówienie najpopularniejszych aplikacji do edycji zdjęć i filmów na telefonie.
- praktyczne ćwiczenia: robienie zdjęć, kręcenie filmów, tworzenie grafik.

1. Edytowanie filmów i zdjęć na potrzeby social media

- podstawy montażu wideo
- aplikacje mobilne vs. desktopowe narzędzia
- techniki edytowania i przycinania filmów, dodawanie efektów
- korekcja kolorów, dodawanie napisów i grafik

Cz.2

1. Strategia contentowa w social mediach

- jak budować plan publikacji?
- jakie są najlepsze praktyki tworzenia angażujących treści?
- co to jest storytelling i jak go wykorzystać w marketingu?

1. Tworzymy treści bezpośrednio w multimediach

- jak to się robi na Facebooku, Tik-Toku, Instagramie
- wrzucamy przygotowane podczas szkolenia treści ćwicząc różnorodność możliwości jakie dają social media
- planowanie publikacji do przodu – czy tak się da
- łączenie mediów czyli jak zaoszczędzić czas

1. Marketing własnej marki

- jak promować siebie i swoją markę w social mediach?
- wykorzystanie algorytmów i narzędzi do promocji postów.
- analiza wyników działań i optymalizacja kampanii

1. Najczęstsze błędy w tworzeniu treści.

2. Sesja Q&A – rozwiązywanie indywidualnych problemów uczestników.

Usługa realizowana w formule godzin dydaktycznych 45 min. Przerwy i walidacja wliczają się w czas trwania usługi. Uczestnikowi przysługuje przerwa na każde 4 godzin – 15 minut. Przerwa realizowana jest na prośbę uczestnika.

Warunki organizacyjne:

- Zajęcia prowadzone są w małych grupach, co pozwala skoncentrować się na każdym uczestniku
- Uczestnik będzie miał zapewniony dostęp do potrzebnego oprogramowania
- Uczestnik będzie miał dostęp do profesjonalnego sprzętu studyjnego na potrzeby zajęć praktycznych.

Liczba godzin w podziale na zajęcia:

- teoretyczne - 3 godz. lekc.
- praktyczne - 15 godz. lekc.

Sposób organizacji walidacji:

- Walidacja zostanie przeprowadzona za pomocą testu teoretycznego z wynikiem generowanym automatycznie.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 7

| Przedmiot / temat | Prowadzący | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|--|---------------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| 1 z 7 MARKETING W SOCIAL MEDIA cz.1 | Łukasz Montygierd - Łoyba | 13-06-2026 | 10:00 | 13:45 | 03:45 |
| 2 z 7 Przerwa | Łukasz Montygierd - Łoyba | 13-06-2026 | 13:45 | 14:00 | 00:15 |
| 3 z 7 MARKETING W SOCIAL MEDIA cz.1 c.d. | Łukasz Montygierd - Łoyba | 13-06-2026 | 14:00 | 17:00 | 03:00 |
| 4 z 7 MARKETING W SOCIAL MEDIA cz.2 | Łukasz Montygierd - Łoyba | 14-06-2026 | 10:00 | 13:45 | 03:45 |
| 5 z 7 Przerwa | Łukasz Montygierd - Łoyba | 14-06-2026 | 13:45 | 14:00 | 00:15 |
| 6 z 7 MARKETING W SOCIAL MEDIA cz.2 c.d. | Łukasz Montygierd - Łoyba | 14-06-2026 | 14:00 | 16:15 | 02:15 |
| 7 z 7 Walidacja - test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie | Łukasz Montygierd - Łoyba | 14-06-2026 | 16:15 | 16:30 | 00:15 |

Cennik

Cennik

| Rodzaj ceny | Cena |
|-------------|------|
|-------------|------|

| | |
|--|--------------|
| Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto | 2 600,00 PLN |
| Koszt przypadający na 1 uczestnika netto | 2 600,00 PLN |
| Koszt osobogodziny brutto | 144,44 PLN |
| Koszt osobogodziny netto | 144,44 PLN |

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Łukasz Montygierd - Łoyba

Fotografia studyjna i artystyczna, filmowanie. W ciągu ostatnich 5 lat, licząc wstecz od dnia rozpoczęcia usługi, aktywnie działała w branży zbierając i rozwijając swoje doświadczenie zawodowe oraz podnosząc swoje kwalifikacje. Realizuje projekty komercyjne, jak i artystyczne. Absolwent ASP w Poznaniu, kierunku: Komunikacja Multimedialna, mgr sztuki W trakcie pracy jako instruktor przeszkolił wiele osób. Z każdym kursantem znajduje indywidualny sposób przekazywania wiedzy. Zawsze kompetentny i przygotowany merytorycznie.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały w postaci prezentacji multimedialnych

Informacje dodatkowe

Istnieje możliwość indywidualnego dostosowania terminów zajęć.

Materiały dydaktyczne w postaci prezentacji multimedialnej wysyłane do kursantów drogą elektroniczną.

UWAGA! Kurs realizowany jest w formie grupowej - do jego uruchomienia konieczne jest zebranie min. 2 osób. Informacji dot. dofinansowania udziela operator właściwy dla danego województwa.

Adres

ul. marsz. Józefa Piłsudskiego 74

50-020 Wrocław

woj. dolnośląskie

kącik kawowy

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Wi-fi

Kontakt



Małgorzata Słomianna

E-mail kontakt@kursfoto.pl

Telefon (+48) 533 944 288