



UNICO SP. Z O.O.

★★★★★ 4,9 / 5

331 ocen

## Unico Marketing: Reklama w social mediach. Szkolenie z Meta Ads, LinkedIn Ads i TikTok Ads dla skutecznych kampanii

Numer usługi 2025/12/02/160223/3187228

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 24 h

📅 28.01.2026 do 30.01.2026

4 400,00 PLN brutto

4 400,00 PLN netto

183,33 PLN brutto/h

183,33 PLN netto/h

## Informacje podstawowe

|                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|---------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Kategoria                       | Biznes / Marketing                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Grupa docelowa usługi           | Szkolenie jest przeznaczone dla osób odpowiedzialnych za działania marketingowe w firmach, freelancerów realizujących kampanie reklamowe dla klientów, specjalistów digital marketingu, a także właścicieli firm chcących efektywnie promować swoje usługi i produkty w mediach społecznościowych. Program może być dostosowany do potrzeb konkretnej branży, dlatego będzie szczególnie wartościowy dla zespołów marketingowych pracujących w różnych sektorach rynku. |
| Minimalna liczba uczestników    | 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Maksymalna liczba uczestników   | 6                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Data zakończenia rekrutacji     | 31-12-2025                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Forma prowadzenia usługi        | zdalna w czasie rzeczywistym                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Liczba godzin usługi            | 24                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Podstawa uzyskania wpisu do BUR | Certyfikat systemu zarządzania jakością wg. ISO 9001:2015 (PN-EN ISO 9001:2015) - w zakresie usług szkoleniowych                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

## Cel

### Cel edukacyjny

Szkolenie przygotowuje do samodzielnego projektowania, uruchamiania i optymalizacji kampanii reklamowych w kanałach społecznościowych: Meta Ads, LinkedIn Ads i TikTok Ads. Usługa prowadzi do tworzenia kreacji, zarządzania budżetami i harmonogramem, prowadzenia testy A/B oraz analizy wyników z wykorzystaniem dedykowanego portfolio Meta Business i narzędzi analitycznych.

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

| Efekty uczenia się                                                        | Kryteria weryfikacji                                                | Metoda walidacji                                      |
|---------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|
| Charakteryzuje strukturę kampanii reklamowej w mediach społecznościowych. | – rozróżnia poziomy kampanii: kampania, zestaw reklam, reklama      | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
|                                                                           | – wskazuje funkcje celów kampanii i grup odbiorców                  | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
|                                                                           | – identyfikuje kluczowe ustawienia budżetu i harmonogramu           | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
| Projektuje skuteczną kreację reklamową dopasowaną do platformy.           | – wskazuje elementy skutecznego komunikatu reklamowego              | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
|                                                                           | – rozróżnia formaty graficzne stosowane w Meta, LinkedIn i TikTok   | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
|                                                                           | – analizuje wpływ estetyki wizualnej na efektywność reklamy         | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
| Rozpoznaje zasady testowania i optymalizacji kampanii płatnych.           | – definiuje założenia testu A/B                                     | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
|                                                                           | – identyfikuje mierniki skuteczności kampanii (CTR, CPC, ROAS)      | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
|                                                                           | – określa sposoby wprowadzania zmian w kampanii na podstawie danych | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
| Analizuje wyniki kampanii i przygotowuje raport efektywności.             | – wskazuje źródła danych do analizy kampanii                        | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
|                                                                           | – interpretuje podstawowe wskaźniki skuteczności                    | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
|                                                                           | – opisuje wpływ wyników kampanii na decyzje marketingowe            | 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

## **Dzień 1: Strategie social media i projektowanie kampanii**

### **Moduł 1 – Wprowadzenie do social media marketingu**

- rola kanałów social media w lejku marketingowym
- przegląd głównych platform reklamowych
- trendy i zachowania użytkowników

### **Moduł 2 – Struktura kampanii: cele, grupy, zestawy reklam**

- hierarchia kampanii w Meta, LinkedIn i TikTok
- dobór celu kampanii do etapu lejka
- segmentacja i targetowanie grup odbiorców

### **Moduł 3 – Budżetowanie i harmonogram**

- modele rozliczeń: CPC, CPM, CPA
- ustalanie budżetów dziennych i całkowitych
- planowanie kampanii w czasie

## **Dzień 2: Kreacja i uruchomienie kampanii reklamowej**

### **Moduł 4 – Tworzenie skutecznych kreacji graficznych i komunikatów reklamowych**

- teksty reklamowe i wezwania do działania (CTA)
- grafika i wideo – formaty platform
- analiza dobrych i złych przykładów

### **Moduł 5 – Wprowadzenie do Meta Ads – zaproszenie do portfolio**

- zasady korzystania z Meta Business
- konfiguracja konta i narzędzi reklamowych

### **Moduł 6 – Tworzenie kampanii w szkoleniowym portfolio biznesowym**

- konfiguracja kampanii w portfolio Meta
- wdrożenie kreatywnych materiałów
- analiza grupy odbiorców

## **Dzień 3: Optymalizacja i analiza kampanii**

### **Moduł 7 – Optymalizacja paid social i testy A/B**

- założenia testów A/B w reklamie
- dobór zmiennych i interpretacja wyników
- optymalizacja kampanii na podstawie danych

### **Moduł 8 – Raportowanie i analiza wyników**

- przegląd wskaźników efektywności kampanii (CTR, CPC, ROAS)

- generowanie raportów w Meta i LinkedIn
- analiza efektywności kampanii i rekomendacje

Sesja podsumowująca – Q&A, omówienie portfolio i wniosków

- prezentacja przykładów uczestników
- konsultacje indywidualne
- dalsze kierunki rozwoju

Validacja efektów uczenia się | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

- Szkolenie prowadzone jest w sposób indywidualny lub w grupach do 6 osób
- Uczestnik posiada samodzielne stanowisko pracy.
- Warunkiem koniecznym do osiągnięcia celu szkolenia jest 80% frekwencja oraz zaangażowanie Uczestnika.
- Usługa realizowana jest w 24 godzinach dydaktycznych (godzina dydaktyczna = 45 minut).
- Metoda weryfikacji obecności Uczestnika: eksport raportu logowań aplikacji Zoom.
- Zajęcia praktyczne: 13 godzin dydaktycznych / zajęcia teoretyczne: 11 godzin dydaktycznych
- Przerwy nie wliczają się do godzin usługi.
- Termin szkolenia: Podany termin szkolenia ma charakter orientacyjny i może ulec zmianie. Po zebraniu minimalnej liczby uczestników termin zostanie uzgodniony, aby jak najlepiej dopasować się do potrzeb grupy.

# Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 13

| Przedmiot / temat zajęć                                                                                                    | Prowadzący    | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| 1 z 13 Dzień 1. Moduł 1. Wprowadzenie do social media marketingu (teoria)   Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu         | Karolina Jung | 28-01-2026            | 10:00               | 11:45               | 01:45         |
| 2 z 13 Dzień 1. Moduł 2. Struktura kampanii: cele, grupy, zestawy reklam (teoria)   Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu | Karolina Jung | 28-01-2026            | 11:45               | 13:00               | 01:15         |
| 3 z 13 Dzień 1. Przerwa                                                                                                    | Karolina Jung | 28-01-2026            | 13:00               | 13:30               | 00:30         |

| Przedmiot / temat zajęć                                                                                                                                           | Prowadzący    | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| <div>4 z 13</div> Dzień 1.<br>Moduł 3.<br>Budżetowanie i harmonogram (praktyka)   Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu                                          | Karolina Jung | 28-01-2026            | 13:30               | 16:30               | 03:00         |
| <div>5 z 13</div> Dzień 2.<br>Moduł 4.<br>Tworzenie skutecznych kreacji graficznych i komunikatów reklamowych (praktyka)   Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu | Karolina Jung | 29-01-2026            | 10:00               | 11:45               | 01:45         |
| <div>6 z 13</div> Dzień 2.<br>Moduł 5.<br>Wprowadzenie do Meta Ads – zaproszenie do portfolio (teoria/praktyka)   Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu          | Karolina Jung | 29-01-2026            | 11:45               | 13:00               | 01:15         |
| <div>7 z 13</div> Dzień 2.<br>Przerwa                                                                                                                             | Karolina Jung | 29-01-2026            | 13:00               | 13:30               | 00:30         |
| <div>8 z 13</div> Dzień 2.<br>Moduł 6.<br>Tworzenie kampanii w szkoleniowym portfolio biznesowym (praktyka)   Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu              | Karolina Jung | 29-01-2026            | 13:30               | 16:30               | 03:00         |

| Przedmiot / temat zajęć                                                                                                                      | Prowadzący    | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| <div>9 z 13</div> Dzień 3.<br>Moduł 7.<br>Optymalizacja paid social i testy A/B (teoria/praktyka)   Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu   | Karolina Jung | 30-01-2026            | 10:00               | 13:00               | 03:00         |
| <div>10 z 13</div> Dzień 3.<br>Przerwa                                                                                                       | Karolina Jung | 30-01-2026            | 13:00               | 13:30               | 00:30         |
| <div>11 z 13</div> Dzień 3.<br>Moduł 8.<br>Raportowanie i analiza wyników (praktyka)   Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu                | Karolina Jung | 30-01-2026            | 13:30               | 15:45               | 02:15         |
| <div>12 z 13</div> Dzień 3.<br>Sesja podsumowująca – Q&A, omówienie portfolio i wniosków (praktyka)   Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu | Karolina Jung | 30-01-2026            | 15:45               | 16:00               | 00:15         |
| <div>13 z 13</div> Dzień 3.<br>Walidacja efektów uczenia się   Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie                         | Karolina Jung | 30-01-2026            | 16:00               | 16:30               | 00:30         |

## Cennik

### Cennik

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

|                                           |              |
|-------------------------------------------|--------------|
| Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto | 4 400,00 PLN |
| Koszt przypadający na 1 uczestnika netto  | 4 400,00 PLN |
| Koszt osobogodziny brutto                 | 183,33 PLN   |
| Koszt osobogodziny netto                  | 183,33 PLN   |

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

### Karolina Jung

Ekspertka w zakresie strategii marketingowej i komunikacji w mediach społecznościowych. Na co dzień wspiera marki osobiste i małe firmy w budowaniu silnej obecności online, koncentrując się na działaniach, które realnie przekładają się na wzrost sprzedaży i zaangażowania.

Specjalizuje się w opracowywaniu kompleksowych strategii social media – obejmujących kampanie reklamowe, komunikację opartą na wartościach oraz działania sprzedażowe. Jej podejście łączy kompetencje z zakresu marketingu, psychologii konsumenckiej, projektowania graficznego i storytellingu, co czyni jej programy szkoleniowe wyjątkowo trafnymi i praktycznymi.

W ciągu ostatnich 5 lat zdobyła certyfikaty i dyplomy potwierdzające m.in. ukończenie kursu Social Media Manager (kod zawodu 243110), Strategii Social Media Marketingowej oraz Szkoły Wirtualnej Asysty. Ukończyła także liczne szkolenia m.in. z tworzenia skutecznych treści, psychologii sprzedaży, AI, Canvy oraz podejmowania decyzji zakupowych przez klientów.

Jako trenerka prowadzi warsztaty i szkolenia strategiczne z zakresu marketingu internetowego i sprzedaży w mediach społecznościowych. Jej programy cenione są za konkretną strukturę, jasny przekaz oraz skuteczność w praktycznym wdrażaniu działań marketingowych.

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnik otrzymuje

- Skrypt szkoleniowy
- Workbook do pracy własnej
- Checklista sprzedażowa
- Gotowe szablony (bio, kampania, captiony)

### Warunki uczestnictwa

Termin szkolenia: Podany termin szkolenia ma charakter orientacyjny i może ulec zmianie. Po zebraniu minimalnej liczby uczestników termin zostanie uzgodniony, aby jak najlepiej dopasować się do potrzeb grupy.

Jeżeli złożyłeś wniosek u Operatora, skontaktuj się z nami w celu rezerwacji. Bez wstępnej informacji nie dajemy gwarancji miejsca na szkoleniu.

## Informacje dodatkowe

Szkolenie może być prowadzone również w opcji stacjonarnej i może być dostosowane do konkretnej branży lub typu działalności (np. beauty, edukacja, turystyka, consulting).

**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: Zwolnienie z podatku VAT na podstawie § 3 ust. 1 pkt 14 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20 grudnia 2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień (tekst jednolity: Dz.U. z 2025 r. poz. 832).*

## Warunki techniczne

### Platforma / rodzaj komunikatora, za pośrednictwem którego prowadzona będzie usługa

- Platforma Zoom (<https://zoom.us/>)

### Minimalne wymagania sprzętowe, jakie musi spełniać komputer uczestnika lub inne urządzenie do zdalnej komunikacji

- Komputer, laptop lub tablet z dostępem do internetu.
- Procesor: Minimalnie jednordzeniowy 1 GHz, zalecany dwurdzeniowy 2 GHz lub lepszy (np. Intel i3/i5/i7 lub AMD ekwiwalent).
- Pamięć RAM: Minimalnie 2 GB, zalecane 4 GB lub więcej.

### Minimalne wymagania dotyczące parametrów łącza sieciowego, jakim musi dysponować uczestnik

- Minimalna prędkość łącza: 600 kb/s dla wideo wysokiej jakości, zalecane minimum 1,2 Mb/s dla wideo 720p i 3,8 Mb/s dla wideo 1080p.

### Niezbędne oprogramowanie umożliwiające uczestnikom dostęp do prezentowanych treści i materiałów

- System operacyjny: Windows 7 lub nowszy, macOS 10.10 lub nowszy, Linux, iOS, Android.
- Zainstalowana aktualna wersja jednej z przeglądarek: Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, Edge lub Opera.
- Nie ma potrzeby instalowania specjalnego oprogramowania, ale dostęp do aplikacji Zoom może poprawić jakość połączenia.

### Okres ważności linku umożliwiającego uczestnictwo w spotkaniu online

- Link jest ważny do momentu zakończenia spotkania lub webinaru.

### Zalecane parametry łącza internetowego

- Łącze internetowe o minimalnej przepustowości 600 kb/s dla wideo wysokiej jakości, zalecane minimum 1,2 Mb/s dla wideo 720p i 3,8 Mb/s dla wideo 1080p. Dla grupowych połączeń wideo zalecane 1,0 Mb/s dla wideo wysokiej jakości i do 3,8 Mb/s dla wideo 1080p. Udostępnianie ekranu bez miniaturki wideo wymaga 50–75 kb/s, z miniaturką 50–150 kb/s. Audio VoIP: 60–80 kb/s, Zoom Phone: 60–100 kb/s.

## Kontakt



**Rafał Lisser**

**E-mail** [kontakt@unico.org.pl](mailto:kontakt@unico.org.pl)

**Telefon** (+48) 724 787 771