



UNICO SP. Z O.O.

★★★★★ 4,9 / 5

331 ocen

## Unico Marketing: Strategia i komunikacja marki w Social Mediach. Praktyczne szkolenie z budowania widoczności i spójnej obecności online

Numer usługi 2025/12/04/160223/3191998

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 24 h

📅 16.02.2026 do 18.02.2026

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 właścicieli mikro, małych i średnich firm, osób budujących markę osobistą oraz freelancerów pracujących w obszarze marketingu internetowego. Skorzystają z niego także pracownicy działów marketingu i komunikacji, którzy chcą usystematyzować lub rozwinąć umiejętności w zakresie planowania strategii marki w mediach społecznościowych. Udział będzie wartościowy zarówno dla osób rozpoczynających działania online, jak i tych, które chcą uporządkować dotychczasowe działania, zwiększyć spójność komunikacji oraz osiągać mierzalne wyniki w social mediach. |
| Minimalna liczba uczestników    | 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Maksymalna liczba uczestników   | 6                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Data zakończenia rekrutacji     | 15-02-2026                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 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 uczestników do samodzielnego i skutecznego opracowania strategii komunikacji marki w mediach społecznościowych. Usługa prowadzi do praktycznego zastosowania zasad analizy marki i jej pozycjonowania online, planowania obecności w kanałach społecznościowych, projektowania spójnych filarów komunikacji oraz tworzenia kalendarza treści. Szkolenie przygotowuje do wdrażania strategii, monitorowania wyników oraz raportowania efektywności działań, umożliwiając budowanie rozpoznawal

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

| Efekty uczenia się                                                     | Kryteria weryfikacji                                                                           | Metoda walidacji                                      |
|------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|
| Analizuje markę i określa jej pozycjonowanie w środowisku online.      | – identyfikuje kluczowe elementy marki (misja, wartości, odbiorca, wyróżniki),                 | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
|                                                                        | – klasyfikuje konkurencję pod kątem stylu komunikacji i obecności w mediach społecznościowych, | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
|                                                                        | – wskazuje właściwe kierunki pozycjonowania marki na podstawie analizy potrzeb odbiorców.      | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
| Projektuje filary komunikacji marki oraz spójny język komunikacji.     | – definiuje filary komunikacji odpowiadające za kluczowe obszary przekazu marki,               | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
|                                                                        | – dobiera styl i język komunikacji adekwatny do grupy odbiorców i charakteru marki,            | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
|                                                                        | – analizuje przykłady treści pod kątem ich zgodności z założonym kierunkiem komunikacji.       | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
| Planuje obecność marki w social mediach w oparciu o wybraną strategię. | – rozróżnia funkcje oraz możliwości publikacyjne najważniejszych kanałów społecznościowych,    | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
|                                                                        | – dobiera kanały komunikacji odpowiadające celom marki i zachowaniom odbiorców,                | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
|                                                                        | – tworzy strukturalny plan obecności uwzględniający częstotliwość i typy publikacji.           | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |

| Efekty uczenia się                                                                    | Kryteria weryfikacji                                                                                   | Metoda walidacji                                      |
|---------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|
| Tworzy podstawowy kalendarz komunikacji oraz analizuje wyniki realizowanej strategii. | – opracowuje układ kalendarza treści zawierający format, cel posta i temat komunikatu,                 | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
|                                                                                       | – dobiera typy treści wspierające relacje, edukację i sprzedaż,                                        | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
|                                                                                       | – interpretuje podstawowe wskaźniki efektywności (zasięgi, zaangażowanie, CTR) w kontekście realizacji | 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: Fundamenty marki i strategii komunikacji

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

- rola social mediów w ekosystemie marketingowym
- aktualne trendy i zachowania użytkowników
- przegląd kluczowych platform i ich funkcji
- charakterystyka algorytmów i ich wpływ na zasięgi

#### Moduł 2 – Wprowadzenie do strategii komunikacji marki

- elementy strategii komunikacji
- cele biznesowe i ich odzwierciedlenie w komunikacji
- podstawy koncepcji marki: misja, wartości, ton głosu
- budowanie spójności przekazu

### Dzień 2: Analiza marki, pozycjonowanie oraz projektowanie komunikacji

## Moduł 1 – Analiza marki i pozycjonowanie online

- identyfikacja kluczowych elementów marki
- analiza konkurencji i benchmarków
- określenie odbiorców i person
- tworzenie mapy pozycjonowania marki

## Moduł 2 – Strategia komunikacji: filary, język i kierunek

- wyznaczanie filarów komunikacji
- dopasowanie języka i stylu komunikacji do odbiorców
- przykłady dobrych praktyk w komunikacji marek
- ćwiczenie: tworzenie zestawu filarów komunikacji

## Dzień 3: Planowanie, wdrażanie i analiza działań komunikacyjnych

### Moduł 1 – Planowanie obecności w kanałach społecznościowych i kalendarz komunikacji

- wybór kanałów komunikacji dopasowanych do strategii
- dobór formatów treści (video, posty, stories, rolki)
- zasady budowy kalendarza treści
- ćwiczenie: tworzenie struktury miesięcznego kalendarza

### Moduł 2 – Storytelling, wdrażanie strategii oraz analiza wyników

- zasady storytellingu i budowania relacji z odbiorcami
- typy treści wzmacniające zaangażowanie
- wdrażanie strategii w praktyce – workflow i narzędzia
- raportowanie i analiza danych w social mediach
- interpretacja wskaźników efektywności

### Walidacja 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: 8 godzin dydaktycznych / zajęcia teoretyczne: 16 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: 10

| Przedmiot / temat zajęć                                                                                                                              | Prowadzący    | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| <b>1 z 10</b> Dzień 1.<br>Moduł 1 –<br>Wprowadzenie do social media marketingu (teoria)  <br>Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu                  | Karolina Jung | 16-02-2026            | 10:00               | 12:30               | 02:30         |
| <b>2 z 10</b> Dzień 1.<br>Przerwa                                                                                                                    | Karolina Jung | 16-02-2026            | 12:30               | 13:00               | 00:30         |
| <b>3 z 10</b> Dzień 1.<br>Moduł 2 –<br>Wprowadzenie do strategii komunikacji marki (teoria)  <br>Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu              | Karolina Jung | 16-02-2026            | 13:00               | 16:30               | 03:30         |
| <b>4 z 10</b> Dzień 2.<br>Moduł 1 –<br>Analiza marki i pozycjonowanie online (teoria/praktyka)  <br>Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu           | Karolina Jung | 17-02-2026            | 10:00               | 12:30               | 02:30         |
| <b>5 z 10</b> Dzień 2.<br>Przerwa                                                                                                                    | Karolina Jung | 17-02-2026            | 12:30               | 13:00               | 00:30         |
| <b>6 z 10</b> Dzień 2.<br>Moduł 2 –<br>Strategia komunikacji: filary, język i kierunek (teoria/praktyka)  <br>Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu | Karolina Jung | 17-02-2026            | 13:00               | 16:30               | 03:30         |

| Przedmiot / temat zajęć                                                                                                                                                           | Prowadzący    | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| <div>7 z 10</div> Dzień 3.<br>Moduł 1 –<br>Planowanie<br>obecności i<br>kalendarz<br>komunikacji<br>(praktyka)  <br>Rozmowa na<br>żywo,<br>współdzielenie<br>ekranu               | Karolina Jung | 18-02-2026            | 10:00               | 12:30               | 02:30         |
| <div>8 z 10</div> Dzień 3.<br>Przerwa                                                                                                                                             | Karolina Jung | 18-02-2026            | 12:30               | 13:00               | 00:30         |
| <div>9 z 10</div> Dzień 3.<br>Moduł 2 –<br>Storytelling,<br>wdrażanie<br>strategii i analiza<br>wyników<br>(teoria/praktyka)<br>  Rozmowa na<br>żywo,<br>współdzielenie<br>ekranu | Karolina Jung | 18-02-2026            | 13:00               | 16:00               | 03:00         |
| <div>10 z 10</div> Dzień 3.<br>Walidacja<br>efektów uczenia<br>się   Test<br>teoretyczny z<br>wynikiem<br>generowanym<br>automatycznie                                            | Karolina Jung | 18-02-2026            | 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

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