



J&S COMPANY
SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚĆ
CIĄ

Brak ocen dla tego dostawcy

Świadomy Marketing w Social Mediach: ABC Facebooka i Instagrama. Zrównoważona Strategia Komunikacji z Elementami AI (kwalifikacje)

Numer usługi 2025/12/05/192329/3195088

📍 Zabrze / stacjonarna
🏢 Usługa szkoleniowa
🕒 16 h
📅 14.02.2026 do 15.02.2026

5 000,00 PLN brutto
5 000,00 PLN netto
312,50 PLN brutto/h
312,50 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Pasjonaci ekologii, którzy chcą nauczyć się korzystać z innowacyjnych i przyjaznych dla środowiska technologii.

Kandydaci aktywnie szukający zatrudnienia lub dokonujący przebranżowienia.

Niezależni specjaliści dążący do zwiększenia swojej rozpoznawalności w świecie cyfrowym.

Osoby koncentrujące się na kreowaniu wizerunku osobistego i autorytetu w sferze biznesowej.

Zespołów sprzedażowych i marketingowych,

Program został zaprojektowany z myślą o osobach, dla których priorytetem jest spójność i autentyczność, które pragną działać zgodnie z wartościami, efektywnie rozwijać wizerunek marki w sieci oraz opracować koncepcję biznesową idealnie odzwierciedlającą ich misję i osobowość.

Szkolenie dedykowane jest dla osób początkujących.

Minimalna liczba uczestników

1

Maksymalna liczba uczestników

10

Data zakończenia rekrutacji

13-02-2026

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

16

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje uczestników do skutecznego i etycznego wykorzystania Facebooka i Instagrama w promowaniu marki opartej na zrównoważonym rozwoju. Usługa uczy podstaw obsługi, tworzenia transparentnych, niskoemisyjnych wizualnie treści, budowania strategii komunikacji anty-greenwashing z elementami AI oraz świadomego korzystania z narzędzi Meta do etycznej reklamy i mierzenia wpływu środowiskowego.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Wyjaśnia rolę marketingu w zrównoważonym rozwoju i ESG.	Poprawnie opisuje powiązanie marketingu z celami ESG.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Wskazuje przykłady działań proekologicznych wpływających na wizerunek marki.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Stosuje model 4P z uwzględnieniem LCA, etycznego łańcucha dostaw i transparentnej komunikacji. Analizuje trendy zrównoważonego rozwoju i zachowania konsumentów ekologicznych.	Opracowuje elementy 4P w wersji „zielonej”.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Wskazuje ryzyka greenwashingu i sposoby ich unikania.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Wykonuje podstawową analizę trendów.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Wskazuje grupy odbiorców wrażliwych na tematy środowiskowe.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Tworzy „Zieloną Personę” na podstawie danych i wartości klientów. Optymalizuje treści na Facebooku z poszanowaniem zasad etyki i efektywności energetycznej.	Samodzielnie opracowuje profil odbiorcy.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Uwzględnia wartości, motywacje i bariery zakupowe.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Dobiera niskoemisyjne formaty treści.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Planuje publikacje w Meta Business Suite.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Tworzy ekologiczny content dopasowany do algorytmów Meta (autentyczność, edukacja, wartość).	Przygotowuje przykładowy post. Uzasadnia wybór formatu i przekazu.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Buduje spójną i etyczną narrację proekologiczną w komunikacji marki. Stosuje storytelling w treściach edukujących o zrównoważonym rozwoju.	Opracowuje krótką narrację lub bio marki.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Wprowadza spójny „zielony słownik”.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Tworzy mikro-historię lub opis produktu w formule storytellingu.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Analizuje sentyment odbiorców za pomocą narzędzi AI.	Dokonuje podstawowej interpretacji emocjonalnej komentarzy.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Odróżnia ton pozytywny, neutralny, negatywny.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Tworzy treści na Instagram w duchu minimalizmu cyfrowego i transparentności.	Przygotowuje post/reels prezentujący proces ekologiczny lub certyfikaty.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Wskazuje, jak minimalizować ślad cyfrowy.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Dobiera i stosuje hashtagi prośrodowiskowe.	Wyszukuje odpowiednie hashtagi (#ecofriendly, #circulareconomy, itp.)	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Uzasadnia ich dobór pod kątem grupy docelowej.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Projektuje podstawową kampanię reklamową Meta zgodną z etyką ekologicznej komunikacji.	Ustala „zielone” cele kampanii (np. edukacja, strona ESG).	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Dobiera grupę docelową świadomą ekologicznie.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Stosuje kryteria etycznej weryfikacji treści reklamowych i unika greenwashingu.	Potrafi ocenić, czy treść jest zgodna z deklaracjami firmy.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Wskazuje obszary ryzyka w kampanii.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Używa AI do optymalizacji konwersji i skuteczności kampanii.	Pokazuje, jak zmienić cel kampanii pod konwersję.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Wyjaśnia wpływ automatycznych rekomendacji AI.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Opracowuje kompletny zestaw treści: Facebook + Instagram + elementy kampanii Meta.	Prezentuje mini-projekt kampanii.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Łączy spójnie treści z różnych kanałów.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych

Kwalifikacje

Inne kwalifikacje

Uznane kwalifikacje

Pytanie 4. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kwalifikacji jest rozpoznawalny i uznawalny w danej branży/sektorze (czy certyfikat otrzymał pozytywne rekomendacje od co najmniej 5 pracodawców danej branży/sektorów lub związku branżowego, zrzeszającego pracodawców danej branży/sektorów)?

TAK

Informacje

Podstawa prawna dla Podmiotów / kategorii Podmiotów	uprawnione do realizacji procesów walidacji i certyfikowania na mocy innych przepisów prawa
Nazwa Podmiotu prowadzącego walidację	Fundacja My Personality Skills
Podmiot prowadzący walidację jest zarejestrowany w BUR	Tak
Nazwa Podmiotu certyfikującego	Fundacja My Personality Skills
Podmiot certyfikujący jest zarejestrowany w BUR	Tak

Program

Blok I: Wprowadzenie do Marketingu – Teoria + Praktyka

Wprowadzenie i Kluczowe Koncepcje

Rola marketingu w transponowaniu zrównoważonego rozwoju na wartość firmy. Marketing jako narzędzie edukacji ekologicznej i zmiany zachowań konsumentów.

Kluczowe koncepcje marketingowe: 4P (Product, Price, Place, Promotion). Uwzględnianie cyklu życia produktu (LCA), etycznego łańcucha dostaw (Place), sprawiedliwej ceny (Price) i transparentnej komunikacji (Promotion) w strategii.

Budowanie wartości opartej na ESG (Environmental, Social, Governance). Zyskiwanie przewagi konkurencyjnej dzięki autentycznym działaniom proekologicznym.

Analiza Rynku i Segmentacja

Badanie trendów zrównoważonego rozwoju (np. gospodarka obiegu zamkniętego, dekarbonizacja) i analiza postaw konsumentów proekologicznych.

Tworzenie "Zielonej Persony" – uwzględnienie w profilu wartości, motywacji (np. oszczędność zasobów, zdrowie) i barier w zakupach zrównoważonych.

Blok II: Facebook – Od Podstaw do Skutecznych Działań – Teoria + Praktyka

Optymalizacja i Zarządzanie

Wybór najbardziej energooszczędnych formatów treści. Używanie Meta Business Suite do optymalizacji czasu publikacji.

Etyka w digital marketingu. Ochrona danych użytkowników i unikanie agresywnych/manipulacyjnych technik promocji.

Planowanie treści wokół zielonego kalendarza (np. Dzień Ziemi, Międzynarodowy Dzień Recyklingu)

Algorytm promujący autentyczność i transparentność działań proekologicznych. Wzmacnianie zasięgu treści o charakterze edukacyjnym w zakresie zrównoważonego rozwoju.

Tworzenie prostych, niskoemisyjnych wizualnie treści.

Blok III: Strategia Komunikacji i Budowanie Wizerunku – Teoria + Praktyka

Spójność i Język

Wdrożenie jednolitej narracji zrównoważonego rozwoju we wszystkich kanałach. Używanie spójnego zielonego słownika.

Budowanie tonu etycznego i odpowiedzialnego.

Storytelling i autentyczność jako klucz do zaangażowania.

Włączenie do kalendarza treści promujących długowieczność produktów, naprawę i recykling.

Wykorzystanie AI do analizy sentymentu.

Blok IV: Instagram – Narzędzia i Formaty dla Początkujących – Teoria + Praktyka

Wizualna Transparentność i Minimalizm Cyfrowy

Wizualna prezentacja certyfikatów, ekologicznych procesów (np. praca bez odpadów) i społecznego wpływu.

Wykorzystanie Reels do szybkiego i angażującego przekazywania eko-porad i obalania mitów ekologicznych. Używanie zdjęć do pokazania minimalizmu i trwałości produktów.

Badanie i używanie tematycznych hashtagów prośrodowiskowych (np. #ecofriendly, #circulareconomy, #polskamarkaetyczna).

Blok V: Meta – Narzędzia i Reklama – Teoria + Praktyka

Zrównoważone Kampanie Reklamowe

Ustalenie procedur weryfikacji treści reklamowych pod kątem zgodności z etyką i deklaracjami środowiskowymi firmy.

Targetowanie zrównoważone. Wybór grup docelowych o wysokiej świadomości ekologicznej.

Ustalanie "zielonych" celów kampanii, np. wzrost ruchu do strony z raportem ESG, zwiększenie świadomości o nowym produkcie w obiegu zamkniętym.

Wykorzystanie AI do optymalizacji pod kątem konwersji.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 12

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 12 Wprowadzenie i kluczowe koncepcje marketingowe	BEATA KURGAN-BUJDASZ	14-02-2026	08:00	10:30	02:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
2 z 12 Analiza rynku i segmentacja w ujęciu zrównoważonego rozwoju	BEATA KURGAN-BUJDASZ	14-02-2026	10:30	12:30	02:00
3 z 12 Przerwa	BEATA KURGAN-BUJDASZ	14-02-2026	12:30	13:00	00:30
4 z 12 Facebook – Od Podstaw do Skutecznych Działań. Zarządzanie w duchu energooszczędnych formatów treści	BEATA KURGAN-BUJDASZ	14-02-2026	13:00	15:00	02:00
5 z 12 Facebook – Praktyka publikacji i tworzenie treści ekologicznych	BEATA KURGAN-BUJDASZ	14-02-2026	15:00	16:00	01:00
6 z 12 Strategia Komunikacji i Budowanie Wizerunku Eko	BEATA KURGAN-BUJDASZ	15-02-2026	08:00	10:00	02:00
7 z 12 Zaawansowane narzędzia komunikacji. Kalendarz recyklingu	BEATA KURGAN-BUJDASZ	15-02-2026	10:00	12:30	02:30
8 z 12 Przerwa	BEATA KURGAN-BUJDASZ	15-02-2026	12:30	13:00	00:30
9 z 12 Instagram – Wizualna transparentność i minimalizm cyfrowy	BEATA KURGAN-BUJDASZ	15-02-2026	13:00	14:00	01:00
10 z 12 Instagram – Hashtagi ekologiczne i praca praktyczna	BEATA KURGAN-BUJDASZ	15-02-2026	14:00	14:45	00:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
11 z 12 Meta – Narzędzia i Reklama. Zrównoważone kampanie reklamowe	BEATA KURGAN-BUJDASZ	15-02-2026	14:45	15:30	00:45
12 z 12 Egzamin.	BEATA KURGAN-BUJDASZ	15-02-2026	15:30	16:00	00:30

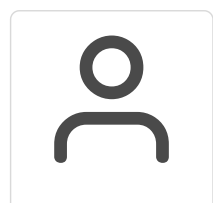
Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 000,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 000,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	312,50 PLN
Koszt osobogodziny netto	312,50 PLN
W tym koszt walidacji brutto	125,00 PLN
W tym koszt walidacji netto	125,00 PLN
W tym koszt certyfikowania brutto	125,00 PLN
W tym koszt certyfikowania netto	125,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

BEATA KURGAN-BUJDASZ

Od 15 lat związana z branżą marketingu online. Specjalizuje się w strategiach budowania marki osobistej, skutecznej obecności w mediach społecznościowych oraz tworzeniu spójnych ścieżek komunikacji z klientem. Prowadzi szkolenia oraz warsztaty dla przedsiębiorców, freelancerów i

twórców internetowych, pokazując, jak w praktyczny sposób wykorzystać narzędzia marketingowe do rozwoju biznesu.

Jako trenerka mentalna łączy wiedzę z zakresu psychologii motywacji i rozwoju osobistego z doświadczeniem biznesowym, pomagając uczestnikom wzmocnić pewność siebie, koncentrację i skuteczność w działaniu. Współpracowała zarówno z klientami indywidualnymi, jak i agencjami reklamowymi, wspierając ich w tworzeniu efektywnych strategii komunikacji i zwiększaniu widoczności w sieci.

Jej autorskie szkolenia łączą elementy praktyki, analizy przypadków i pracy warsztatowej, co przekłada się na wysoką skuteczność wdrażania zdobytej wiedzy w codziennej działalności zawodowej.

2025 Dochodowa Marka Osobista

2025 Biznes na Insta

2025 Zielone Kompetencje w Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji i Bazie Usług Rozwojowych

2021 Kurs Mobile Video

2023 Liczy się Oferta

2022 Rozpoczęcie zapadającej w pamięć rozmowy

2023 Wskazówki dotyczące pisania biznesowych wiadomości e-mail

2023 1000Followersów dziennie

2023 SEO AI

2023 Copywriting

2023 Akademia Trenerów Mentalnych

2023 Akademia Influencer Managera (Akademia Marki Online i Komunikacji)

i inne

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Każdy uczestnik otrzymuje skrypt szkoleniowy, materiały do ćwiczeń podczas szkolenia.

Każdy uczestnik powinien posiadać smartfona. Wytyczne informacje dot. potrzebnych aplikacji (wszystkie w wersji bezpłatnej) kursant otrzyma przed szkoleniem.

Informacje dodatkowe

Rozporządzenie Ministra Finansów z dn. 20.12.2013 r. paragraf 3 ust 1 pkt.14. Zwalnia się od podatku usługi kształcenia zawodowego lub przekwalifikowania zawodowego, finansowane w co najmniej 70 % ze środków publicznych oraz świadczenie usług i dostawę towarów ściśle z tymi usługami związane.

Adres

ul. Jana Karłowicza 10

41-800 Zabrze

woj. śląskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Wi-fi

Kontakt



BEATA KURGAN-BUJDASZ

E-mail beata.bujdasz@gmail.com

Telefon (+48) 512 526 015