



2M PROMOTION
MAREK MRÓZ

★★★★★ 4,9 / 5

76 ocen

Specjalista ds. social media z elementami zrównoważonego rozwoju – szkolenie

Numer usługi 2025/12/16/185978/3216367

📍 Szczyrk / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 16 h

📅 07.03.2026 do 08.03.2026

5 270,00 PLN brutto

5 270,00 PLN netto

329,38 PLN brutto/h

329,38 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / PR

Grupa docelowa usługi

Szkolenie skierowane jest do osób indywidualnych, które z własnej inicjatywy pragną podnieść umiejętności oraz kompetencje umożliwiające rozwój w kierunku umiejętności zawodowych i cyfrowych, niezbędnych do podjęcia pracy w sektorze zielonej gospodarki w zakresie działań komunikacyjnych i marketingowych przy wykorzystaniu mediów społecznościowych i AI. Osoby, które chcą znaleźć pracę w sektorze zielonej gospodarki, pracujący w firmach ekologicznych, sektorach zrównoważonego rozwoju lub osoby zamierzające w przyszłości założyć własną działalność związaną z tym sektorem. Uczestnicy szkolenia będą mieli okazję zdobyć praktyczne umiejętności w obszarze Social Media Marketingu z AI, które są niezbędne do skutecznego promowania ekologicznych inicjatyw i produktów, zintegrowanych z inteligentnymi specjalizacjami Województwa Śląskiego (Technologie Informacyjne i Komunikacyjne oraz Zielona Gospodarka) z Regionalnej Strategii Innowacji oraz Programu Rozwoju Technologii Województwa Śląskiego.

Minimalna liczba uczestników

5

Maksymalna liczba uczestników

35

Data zakończenia rekrutacji

02-03-2026

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

16

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

Usługa przygotowuje uczestnika do skutecznego wykorzystania social media w budowaniu wizerunku zgodnego z zasadami zrównoważonego rozwoju. Po szkoleniu uczestnik potrafi tworzyć i realizować działania komunikacyjne wspierające zieloną gospodarkę, odpowiedzialne zarządzanie zasobami oraz ograniczanie ryzyk środowiskowych i wizerunkowych, z wykorzystaniem narzędzi AI i etycznej komunikacji.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Definiuje podstawowe pojęcia związane z social media, zrównoważoną komunikacją i zielonym marketingiem.	Wyjaśnia różnice między tradycyjną komunikacją a komunikacją zgodną z zasadami zrównoważonego rozwoju.	Test teoretyczny
	Rozpoznaje pojęcia związane z greenwashingiem i etyką komunikacji.	Test teoretyczny
	Opisuje rolę social media w kształtowaniu wizerunku marki.	Test teoretyczny
Tworzy treści i materiały graficzne dostosowane do różnych kanałów social media, z wykorzystaniem narzędzi AI.	Przygotowuje posty, opisy i krótkie materiały wideo dopasowane do specyfiki kanału.	Analiza dowodów i deklaracji
	Projektuje grafiki i materiały wizualne w narzędziach takich jak Canva lub AI.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Dostosowuje ton, styl i formę przekazu do odbiorców.	Analiza dowodów i deklaracji
	Dobiera częstotliwość publikacji do wybranego kanału.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Planuje działania komunikacyjne, tworzy harmonogramy i kalendarze publikacji.	Analiza dowodów i deklaracji
	Tworzy miesięczny lub tygodniowy plan treści.	
	Określa cele publikacji dla różnych grup odbiorców.	
	Dobiera grupy docelowe, formaty reklam i cele kampanii.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Tworzy i optymalizuje kampanie reklamowe w social media z wykorzystaniem narzędzi AI.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Przygotowuje wersje A/B treści oraz optymalizuje reklamy w oparciu o AI.	Analiza dowodów i deklaracji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Analizuje wyniki kampanii i działań w social media, wykorzystując podstawowe wskaźniki KPI.	Interpretuje dane dotyczące zasięgu, zaangażowania i konwersji.	Debata swobodna
	Wskazuje mocne i słabe strony kampanii.	Debata swobodna
	Formułuje rekomendacje dotyczące dalszych działań.	Analiza dowodów i deklaracji
Wdraża zasady etycznej i odpowiedzialnej komunikacji, minimalizując ryzyka wizerunkowe i greenwashing.	Rozpoznaje przykłady nieetycznej komunikacji i greenwashingu.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Proponuje działania naprawcze zgodne z zasadami GOZ.	Debata swobodna
	Stosuje zasady transparentności i rzetelnego przekazu w tworzonych treściach.	Analiza dowodów i deklaracji
Projektuje i wdraża podstawową strategię komunikacji marki z elementami zrównoważonego rozwoju.	Określa cele komunikacyjne oraz grupy odbiorców.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Tworzy propozycję działań wspierających zielony wizerunek marki.	Analiza dowodów i deklaracji
	Integruje treści edukacyjne i ekologiczne w strategii.	Analiza dowodów i deklaracji
Prezentuje przygotowaną strategię lub projekt komunikacyjny w sposób spójny i uzasadniony.	Przedstawia założenia projektu w jasny i logiczny sposób.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Uzasadnia dobór treści, form i narzędzi.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Odpowiada na pytania dotyczące zastosowanych rozwiązań.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Prezentuje przygotowaną strategię lub projekt komunikacyjny w sposób spójny i uzasadniony, z uwzględnieniem zasad zrównoważonego rozwoju.	przedstawia założenia projektu w sposób logiczny i zrozumiały,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	uzasadnia dobór treści, narzędzi i kanałów komunikacji,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	odnosi się do zasad odpowiedzialnej i etycznej komunikacji.	Analiza dowodów i deklaracji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Współpracuje w zespole podczas planowania i realizacji działań komunikacyjnych wspierających zieloną gospodarkę.	aktywnie uczestniczy w pracy zespołowej,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	respektuje podział ról i odpowiedzialności,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	komunikuje się w sposób konstruktywny i odpowiedzialny.	Debata swobodna
Uzasadnia podejmowane decyzje komunikacyjne, uwzględniając wpływ społeczny, środowiskowy oraz ryzyko greenwashingu.	identyfikuje potencjalne ryzyka wizerunkowe i środowiskowe,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	proponuje rozwiązania zgodne z zasadami zrównoważonego rozwoju,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	argumentuje wybór działań w kontekście etyki komunikacji.	Debata swobodna

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	2M Promotion (Operator egzaminu MY PS na podstawie Umowy Licencyjnej nr PL/OW-MYPS/0172/25)
Nazwa Podmiotu certyfikującego	Fundacja My Personality Skills (jest instytucją certyfikującą wpisaną do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji pod numerem: 25704)

Program

Szkolenie skierowane jest do osób dorosłych, które chcą rozwijać umiejętności związane z prowadzeniem komunikacji w mediach społecznościowych, tworzeniem treści, planowaniem kampanii oraz odpowiedzialnym wykorzystaniem narzędzi AI w kontekście zrównoważonego rozwoju. Program przygotowuje do pracy w obszarze komunikacji i marketingu wspierających zieloną gospodarkę, niskoemisyjność, zasobooszczędność oraz odpowiedzialne zarządzanie środowiskowe w przedsiębiorstwach.

Usługa realizowana jest w formie stacjonarnej, w godzinach zegarowych. Zajęcia mają charakter warsztatowy, uzupełniony o wykłady interaktywne, analizę przykładów, pracę projektową oraz ćwiczenia praktyczne. Przerwy kawowe i przerwa obiadowa są wliczone w czas trwania szkolenia.

Łączny wymiar szkolenia wynosi 12 godzin zegarowych (16 godzin dydaktycznych), w tym:

- 8 godzin zajęć teoretycznych,
- 4 godziny zajęć praktycznych.

Uczestnik pracuje z własnym komputerem oraz materiałami szkoleniowymi przygotowanymi przez prowadzących.

Zakres tematyczny szkolenia

1. Wprowadzenie do social media i odpowiedzialnej komunikacji

- rola komunikacji cyfrowej w budowaniu wizerunku marki,
- aktualne trendy w mediach społecznościowych,
- znaczenie rzetelnych i odpowiedzialnych przekazów w kontekście zielonej gospodarki,
- podstawy zrównoważonego rozwoju i etyki komunikacji,
- wprowadzenie do zielonych kompetencji i ich znaczenie na rynku pracy.

2. Narzędzia AI wspierające działania komunikacyjne

- wykorzystanie narzędzi AI do generowania treści tekstowych, graficznych i wideo,
- odpowiedzialne i etyczne korzystanie z AI w komunikacji marek,
- ograniczanie ryzyk środowiskowych i wizerunkowych przy wykorzystaniu AI,
- dobre praktyki i ograniczenia automatyzacji w komunikacji.

3. Tworzenie treści dopasowanych do kanałów social media

- warsztaty z przygotowania postów, grafik i krótkich materiałów wideo,
- dostosowanie stylu, tonu i formy przekazu do grup odbiorców,
- tworzenie treści wspierających zrównoważony rozwój i odpowiedzialne postawy konsumenckie,
- ćwiczenia praktyczne realizowane w warunkach symulowanych.

4. Planowanie komunikacji i tworzenie kalendarza publikacji

- planowanie cykli komunikacyjnych i harmonogramów publikacji,
- określanie celów komunikacyjnych w kontekście działań wspierających zieloną gospodarkę,
- segmentacja odbiorców i analiza ich potrzeb,
- wykorzystanie narzędzi planistycznych (np. Creator Studio, Notion),
- elementy obserwacji w warunkach rzeczywistych.

5. Projektowanie kampanii promocyjnych zgodnych z zasadami zrównoważonego rozwoju

- dobór grup docelowych, formatów i celów kampanii,
- integracja treści edukacyjnych i proekologicznych w komunikacji,
- identyfikacja ryzyk greenwashingu i działań nieetycznych,
- projektowanie kampanii ograniczających negatywny wpływ środowiskowy,
- ćwiczenia praktyczne w warunkach symulowanych.

6. Analiza wyników działań komunikacyjnych

- podstawowe wskaźniki KPI: zasięg, zaangażowanie, konwersje,
- interpretacja danych i wyciąganie wniosków,
- formułowanie rekomendacji dla dalszych działań komunikacyjnych,
- analiza dowodów i deklaracji uczestników.

7. Odpowiedzialna komunikacja i minimalizowanie ryzyk wizerunkowych

- przykłady dobrych i złych praktyk komunikacyjnych,
- rozpoznawanie nieetycznych działań i greenwashingu,
- wdrażanie zasad transparentności i odpowiedzialności w komunikacji marki,
- studia przypadków i dyskusje moderowane.

8. Warsztat końcowy – opracowanie mini-strategii komunikacji

- przygotowanie projektu komunikacyjnego dla wybranego profilu lub marki,
- integracja treści edukacyjnych, ekologicznych i narzędzi AI,
- prezentacja projektu i uzasadnienie przyjętych rozwiązań komunikacyjnych,
- etap oceniany metodą obserwacji w warunkach symulowanych oraz analizy dowodów i deklaracji.

9. Walidacja kompetencji uczestników

Walidacja wewnętrzna obejmuje:

- analizę dowodów i deklaracji (opracowany projekt komunikacyjny),
- obserwację w warunkach symulowanych (prezentacja projektu i realizacja zadań praktycznych),
- debatę podsumowującą dotyczącą doboru treści, narzędzi i działań komunikacyjnych.

Walidacja zewnętrzna obejmuje:

- egzamin końcowy w formie testu jednokrotnego wyboru, realizowany przez podmiot certyfikujący.

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	5 270,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 270,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	329,38 PLN
Koszt osobogodziny netto	329,38 PLN
W tym koszt walidacji brutto	150,00 PLN

W tym koszt walidacji netto	150,00 PLN
-----------------------------	------------

W tym koszt certyfikowania brutto	250,00 PLN
-----------------------------------	------------

W tym koszt certyfikowania netto	250,00 PLN
----------------------------------	------------

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

ALEKSANDRA MRÓZ

Specjalistka budowania marek i skutecznych kampanii w świecie online i offline – z doświadczeniem zdobytym w latach 2020–2025. Łączy kompetencje z zakresu marketingu, zarządzania, produkcji wideo i eventów.

Marketing & zarządzanie (2020–2025)

Od 2020 roku zrealizowała dziesiątki kampanii digitalowych jako ekspertka ds. social media, strategii komunikacyjnych i wdrażania marek osobistych oraz komercyjnych.

W ostatnich latach była odpowiedzialna za kompleksowe działania marketingowe kliniki medycyny estetycznej, a także współtworzyła kampanie promocyjne dla instytucji publicznych i firm prywatnych jako event managerka.

Media & produkcja (2020–2025)

Współtworzy wideo content: reklamy, teledyski, treści social media i kampanie wizerunkowe. Od 2021 roku regularnie występuje przed kamerą i prowadzi działania edukacyjne dla marek.

Dzięki doświadczeniu aktorskiemu (seriale, teatr) doskonale rozumie dynamikę pracy po obu stronach kamery, co przekłada się na profesjonalną produkcję i reżyserię treści.

Kreatywność & edukacja (2020–2025)

Absolwentka studiów z marketingu i zarządzania oraz podyplomowych studiów z zarządzania projektami. Obecnie rozwija kompetencje z zakresu administracji produkcji filmowej i telewizyjnej.

W 2025 roku ukończyła szkolenie „Gospodarka Obiegu Zamkniętego w MŚP” organizowane przez PARP – wdraża zrównoważone podejście do komunikacji i produkcji. Aktywnie od ponad 3 lat wprowadza AI do zarządzania i kreowania działań marketingowych.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymują komplet materiałów szkoleniowych, obejmujących:

- skrypt szkoleniowy w formie PDF (dostępne na serwerze do 7 dni po szkoleniu),
- prezentacje wykorzystywane podczas zajęć (dostępne na serwerze do 7 dni po szkoleniu),
- zestaw ćwiczeń i pliki robocze niezbędne do realizacji części praktycznej,
- checklisty i szablony wspierające planowanie komunikacji i tworzenie treści (dostępne na serwerze do 7 dni po szkoleniu),
- przykładowe strategie i dobre praktyki dotyczące odpowiedzialnej komunikacji i zrównoważonego rozwoju,
- materiały edukacyjne uzupełniające, w tym listę narzędzi AI wykorzystywanych podczas szkolenia (dostępne na serwerze do 7 dni po szkoleniu),
- dostęp do materiałów powarsztatowych przesłanych po zakończeniu szkolenia.

Materiały są przygotowane tak, aby umożliwić uczestnikom wykorzystanie zdobytej wiedzy w codziennej pracy i dalszym rozwijaniu kompetencji związanych z prowadzeniem komunikacji w mediach społecznościowych.

Informacje dodatkowe

Dodatkowe informacje:

- Organizator w trakcie szkolenia wprowadza metody aktywizujące: dyskusje grupowe, studia przypadków, obserwacja, ćwiczenia planowania integracji, analiza przypadków, warsztaty refleksyjne, role-playing
- Warunki organizacyjne:

Zajęcia będą odbywały się w jednej grupie bez podziału na podgrupy,

Organizator zapewnia materiały szkoleniowe niezbędne do realizacji usługi.

- Organizator zapewnia dostępność usługi rozwojowej dla osób ze szczególnymi potrzebami, zgodnie z obowiązującymi przepisami. Dostosowujemy nasze usługi do indywidualnych wymagań uczestników, aby zapewnić pełne uczestnictwo i komfort w trakcie szkolenia
- Szkolenie trwa 12 godzin zegarowych (16 jednostek lekcyjnych po 45 minut każda, w tym przerwy wliczone w czas). Podzielone na dwa dni. Przerwy są wliczone w całkowity czas trwania usługi.
- W polu "Liczba godzin usługi", wymiar czasowy szkolenia wyrażony jest w godzinach dydaktycznych gdzie jedna godzina równa się 45 minutom

Adres

Szczyrk 21
43-370 Szczyrk
woj. śląskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



MAREK MRÓZ

E-mail biuro@2mpromotion.pl

Telefon (+48) 608 058 056