



DIGITAL BRAND
MAGDALENA
GŁOMSKA

★★★★★ 4,6 / 5
1 831 ocen

Szkolenie Facebook, Instagram/Threads oraz TikTok w Biznesie z elementami Canvy. Sztuczna inteligencja AI. Rolki. System reklamowy Meta Advance-program rozszerzony 4 dni.

Numer usługi 2025/12/17/118911/3217492

📍 Gdańsk / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 32 h

📅 11.05.2026 do 14.05.2026

4 900,00 PLN brutto

4 900,00 PLN netto

153,13 PLN brutto/h

153,13 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Grupa docelowa usługi	• Jednoosobowych działalności gospodarczych • Przedsiębiorstw, korporacji i dużych firm - prezesów i właścicieli • Osób zarządzających działami - dyrektorów, menedżerów i kierowników • Zespołów sprzedażowych i marketingowych - projekt managerów • Wyspecjalizowanych działów w obrębie danej firmy - specjalistów ds. marketingu, PR, e-commerce
Minimalna liczba uczestników	2
Maksymalna liczba uczestników	6
Data zakończenia rekrutacji	10-05-2026
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	32
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje do samodzielnego budowania wizerunku marki oraz zwiększania sprzedaży w sieci za pomocą narzędzi marketingowych takich jak Facebook, Instagram, TikTok oraz do wykorzystania różnych metod promocji firmy w

sieci, za pomocą zarówno płatnych form reklamy jak i narzędzi bezpłatnych. Usługa przygotowuje do wykorzystania sztucznej inteligencji AI, tworzenia grafik za pomocą programu Canva oraz tworzenia rolek za pomocą programu Cap Cut

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Wykorzystuje najważniejsze narzędzia na Facebooku i Instagramie w celu dostosowania ich do potrzeb i identyfikacji firmy	Wykorzystuje Narzędzia do planowania i Creatora Studio do planowania postów	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Konfiguruje Business Menedżer Facebooka, Menedżera Reklam, Piksela, Zdarzenia Niestandardowe i wykorzystuje je do zarządzania działaniami marketingowymi w sieci	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Tworzy grupy docelowe dostosowane dla swojej branży	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Tworzy niestandardowe grupy w celach reklamowych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Definiuje cele reklamowe w Menedżerze reklam i dostosuje je do strategii marketingowej firmy	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Wykorzystuje Canwę to tworzenia grafik na potrzeby Social Media	Tworzy prezentacje, ulotki, loga w programie Canva	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Stosuje język korzyści w prowadzonej komunikacji w marketingu cyfrowym	Identyfikuje metody i narzędzi angażowania klientów w proces kreowania wartości i personalizacji produktów (content marketing, język korzyści)	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Identyfikuje właściwe narzędzia marketingu internetowego do odpowiedniej sytuacji rynkowej i przyjętego modelu biznesowego	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Charakteryzuje pojęcia nowoczesnego marketingu cyfrowego	Ocenia strategie e-marketingu w firmie	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Charakteryzuje zasady i przykłady skutecznej komunikacji z wykorzystaniem mediów społecznościowych i kampanii internetowych.	Test teoretyczny
	Wykorzystuje narzędzia takie jak: Instagram, Threads oraz TikTok do budowania wizerunku marki oraz komunikacji.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Tworzy efektowne nagrania bezpośrednio z aplikacji	Tworzy efektowne nagrania bezpośrednio z aplikacji Instagram, TlikTok.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Wykorzystuje aplikację CapCut, Mojo, VN do tworzenia rolek	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Stosuje zasady skutecznej komunikacji	Charakteryzuje zasady skutecznej komunikacji z wykorzystaniem mediów społecznościowych	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

Usługa stacjonarna, szkolenie realizowane jest w godzinach dydaktycznych 45 min.

Walidacja: Trener w trakcie szkolenia zbiera dowody, a na koniec szkolenia przekazuje je Walidatorowi. Walidator po zakończonym szkoleniu analizuje dowody w postaci oceny wykonanych ćwiczeń.

Przerwy nie są wliczone w czas trwania usługi

Liczbę godzin praktycznych: 24h

Liczna godzin teoretycznych: 8h

Metody pracy: wykłady, dyskusje z uczestnikami i case study uczestników, ćwiczenia indywidualne.

Aby realizacja usługi pozwoliła osiągnąć cel główny, warunkiem jest zaangażowanie uczestnika w różnorodne formy pracy podczas szkolenia. Szkolenie przeznaczone jest zarówno dla osób początkujących, jak i osób bardziej zaawansowanych.

I DZIEŃ

I Blok - Charakterystyka nowoczesnych narzędzi cyfrowych w budowaniu marketingu mix - teoria

Przeprowadzenie testu wiedzy (pre-test w ramach walidacji)

- Cele krótkoterminowe w budowania strategii e-marketingowej
- Cele długoterminowe w budowie strategii e-marketingowej

Charakterystyka zasad skutecznej komunikacji z wykorzystaniem mediów społecznościowych -cz. 1 - Facebook

- Analiza konta na Facebooku - Case study - analiza profilu własnego mocne i słabe strony
- Najważniejsze ustawienia i ukryte, a wartościowe funkcje Fanpage'a.
- Przykłady dobrych profili na Facebooku.
- Jak wyznaczać cele marketingowe dla siebie i zespołu.
- Spójność identyfikacji. Najważniejsze ustawienia Fanpage'a.

II Blok - Content marketing i Media Plan przy wsparciu sztucznej inteligencji AI – jak pisać by nas czytali, jak zaangażować odbiorców pod postem, komunikacja z odbiorcami i język korzyści. Teoria + praktyka

- Planowanie postów na Facebooku z wykorzystaniem narzędzi Facebooka.
- Jak pisać by nas czytali i zaangażować odbiorców pod postem.
- **Tworzenie media planu z wykorzystaniem sztucznej inteligencji AI. Narzędzia copywritera**
- Komunikacja z odbiorcami i język korzyści - metody pisania aranżujących postów dopasowanych do grupy odbiorczej.
- Ustalenie kim jest Twój odbiorca i czego oczekuje.
- Jakie posty FB i IG wyświetla, a jakich nie.
- Sposoby na zwiększenie organicznego zasięgu.
- Konkursy - jak je legalnie tworzyć, o czy warto pamiętać i jak angażować odbiorców.
- Wydarzenia do czego je jeszcze można wykorzystać?
- Sytuacja kryzysowa - jak sobie z nią poradzić?

III Blok - Charakterystyka zasad skutecznej komunikacji z wykorzystaniem mediów społecznościowych przy wykorzystaniu programu Canva - omówienie programu - teoria

- Podstawy Canvy - omówienie najważniejszych, wybranych funkcji programu przydatnych do tworzenia grafik na SM.
- Najlepsze formaty grafik na FB, Instagrama, LinkedIn i stronę www.
- Najlepsze formaty na reklamę.

IV Blok - Praca w programie Canva - forma statyczna i dynamiczna- praktyka

- Tworzenie podstaw identyfikacji graficznej - logo, infografika, dobór kolorystki i fontów - ćwiczenie
- Tworzenie szablonów graficznych na potrzeby SM - ćwiczenie
- Tworzenie animacji - ćwiczenie
- Dodawanie Call to Action.
- Omówienie dodatkowych elementów graficznych przydatnych w SM

DZIEŃ II

I Blok - Narzędzia marketingu internetowego w budowaniu marketingu mix – konfiguracja Business Menedżera - teoria+ praktyka

- Konfiguracja Business Menedżera

II Blok - Business Menedżer – grupy odbiorców (Audience Insights)- teoria+praktyka

- Analiza i tworzenie grup docelowych.
- Grupowanie zainteresowań.
- Jakie grupy dają najlepsze efekty.
- Najczęstsze błędy w tworzeniu grup.
- Jak docierać do nieaktywnych odbiorców i ich ożywić.

III Blok - Menedżer reklam - Konto reklamowe czyli jak pozyskiwać klientów na FB, cele reklamowe -teoria+ praktyka

- Konfiguracja konta.
- Jak nie zablokować konta reklamowego i czym to grozi – treści zakazane.
- Dlaczego nie przez „Promuj post”?
- Budowa lejka sprzedażowego i planowanie budżetu.
- Jak zamienić zimny ruch na ciepły.
- Analiza dotychczasowych wyników reklam.
- Jakie koszty reklam osiągać? Podstawy strategii marketingowych.

Najważniejsze cele reklam dedykowanych na Facebooka i Instagram.

- Omówienie celów:
 - Jak pozyskać nowych klientów.
 - Jak zwiększać zaangażowanie na fanpage.
 - Jak zwiększyć liczbę zapytań w Messengerze.
 - Jak kierować fanów na stronę internetową.
 - Jak badać konwersję z koszyka i zakupów

IV Blok - Tworzenie reklam - Teksty i formaty reklamowe praktyka

I część - Konfiguracja niestandardowych formatów reklam

- Kolekcja
- Formularz kontaktowy
- Post na dzień dobry
- Posty reklamowe na stronie

II część – Meta Advance - techniki zaawansowane - praktyka ćwiczenia i współdzielenie ekranu

- Remarketing
- Piksel Facebooka
- Zdarzenia niestandardowe
- Analiza wyników kampanii
- Jak czytać raporty reklamowe na Facebooku.
- Jak podglądać reklamy konkurencji.
- Które wskaźniki na Facebooku mają znaczenie, a które można spokojnie pominąć.
- Tworzenie własnych wskaźników bezpośrednio w managerze reklam – między innymi współczynnik konwersji czy urealniony ROAS,
- Optymalizacja reklam na Facebooku i Instagramie
- Jak i kiedy wprowadzać zmiany w kampaniach na Facebooku i Instagramie.
- Wykluczenia – w jaki sposób i dlaczego operować nimi w kampaniach.
- Grupowanie zainteresowań, stawki ręczne i inne nietypowe rozwiązania, sztuczki i luki w systemie, które zwiększają wyniki na FB i IG
- Optymalizacja budżetu
- **Zmiany algorytmów w systemie Meta w 2025**
- **Sztuczna inteligencja w Meta Business – „Advantage+” - kiedy korzystać, a kiedy nie**

III DZIEŃ

I Blok – Eksperckie Sztuczki Instagrama i Threads - teoria + praktyka

- Przedstawienie Instagrama: Funkcje, różnice, cele.
- Jak platforma ewoluowała od początków do dzisiaj. Z platformy fotograficznej do multimedialnego giganta.
- Najważniejsze kamienie milowe: Stories, Reels, zakupy bezpośrednio z aplikacji.
- Jak zmieniały się trendy użytkowników na przestrzeni lat?
- Analiza profili.
- Jak stworzyć rozpoznawalny brand?
- Omówienie najważniejszych sekcji.
- Jak interpretować proste statystyki?
- Threads: nowości na Instagramie

II Blok – Zwiększanie wizerunku na Instagramie - praktyka

- Hashtagi w nich siła. Jak działają hashtagi w 2025 roku?
- Jak zwiększać organicznie zasięgi.
- Interakcje z followersami na Instagramie.
- Pomysły na media plan.
- Triki na Instagramie w podziale na: relacje, posty i rolki
- Cele reklamowe na Instagramie
- Co nowego po aktualizacjach?
- Co czeka nas w najbliższym czasie?

III Blok – Instagram rolki – tworzymy efektowne nagrania w aplikacji - praktyka

- Trendy muzyczne na Instagramie, pomysły na ciekawą rolkę.

- Najważniejsze ustawienia telefonów: Filtry, układ, siatka, nakładki i kategorie.
- Opis na rolkach.
- Identyfikacja graficzna.
- Aplikacje do tworzenia rolek Mojo oraz CapCut

IV Blok – Influencer Marketing na Instagramie- teoria, rozmowa na żywo

- Dlaczego współpraca z influencerami jest skuteczna?
- Dobór odpowiednich influencerów
- Rodzaje współprac
- Kreacja treści
- Tworzenie briefu
- Dopasowywanie tribów
- Jak angażować widownię?

Dzień IV

I Blok - Dlaczego TikTok?-Profil prywatny, firmowy + system reklamowy – teoria-rozmowa na żywo

- • Dlaczego TikTok?
- Statystyki na TikToku. Nasza grupa docelowa.
- Optymalne nagrywanie na TikToku.
- Co nagrywać na TikToku? Pomysł na content. Case study .
- Język TikToka. Najważniejsze pojęcia.
- Jak działają Algorytmy na TikToku?

Tworzymy profil prywatny i firmowy. Oświetlenie i sprzęt.

- • Profil prywatny, a profil biznesowy.
- Dlaczego warto przełączyć się na profil biznesowy?
- Jak zmiana profilu wpływa na algorytm?
- Sposoby na duże zasięgi. SEO.
- TikTok Tips
- Wykorzystywanie słów kluczowych w opisach i hashtagach.
- Znaczenie napisów w filmach i postach (captions).
- Optymalizacja profilu: jak stworzyć biogram, który pomoże w lepszym pozycjonowaniu?
- Ciekawostki i porady
- TikTok i marketing
- Co się sprawdza, a co nie.
- Dont make ads. Make TikToks.

II Blok - TikTok rolki - tworzymy efektowne nagrania w aplikacji – praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia.

- • Trendy muzyczne na TikToku
- Muzyka tworzy emocje i buduje kontekst – wybór odpowiedniego dźwięku wpływa na odbiór treści.
- Korzystanie z funkcji „Popularne dźwięki” w aplikacji.
- Przeglądanie zakładki „Dźwięki” – sekcje „Trendujące” i „Dla Ciebie”.
- Wykorzystanie bibliotek muzycznych zintegrowanych z TikTokiem.
- Najważniejsze ustawienia: Przejścia, tekst, nakładki TikToka.
- Opisy na rolach.
- Jak ustawić tekst w określonym momencie filmu (timing)?
- Jak połączyć kilka efektów w jednym filmie?
- Efekty dopasowane do aktualnych trendów (np. zmiana głosu, filtry „duet”).

III Blok - CapCut oraz VN – aplikacja do tworzenia rolek - praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia.

- • CapCut – podstawowe i nieoczywiste funkcje.
- Praca ze zdjęciami – jak przerobić zdjęcie w animację.
- Dynamizm w rolkach.
- Nagrywanie pod bit.
- Wyodrębnianie/dodawanie dźwięku
- Dodawanie Lektora.
- Przykład w pełni zmontowanego materiału- ćwiczenia
- VN- kolejna aplikacja do tworzenia rolek

IV Blok - Wykorzystanie AI do tworzenia contentu na TikToku - praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia.

- TikTok Creative Center
- Sztuczna inteligencja TikToka, TikTok Symphony Assistant
- Tworzenie złożonych scenariuszy
- Układanie promptów
- TikTok Script Generator
- Commercial Music Library TikToka, jak jej używać?

Przeprowadzenie testu wiedzy (post-test w ramach walidacji)

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	4 900,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	4 900,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	153,13 PLN
Koszt osobogodziny netto	153,13 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Magdalena Głomska

Magdalena Głomska posiada wykształcenie wyższe magisterskie. Jest absolwentką Politechniki Gdańskiej, wydziału Zarządzania i Marketingu. Ma ponad 17 lat doświadczenia w sprzedaży. Marketingiem internetowym zajmuje się od 2010 roku. Przez 15 lat pracowała na stanowiskach managerskich. Od 4 lat jest właścicielem firmy Agencji Doradztwa Marketingowego „Digital Brand”. Swoją wiedzę przekazuje jako Trener. Zrealizowała ponad 1000 godzin szkoleniowych w ciągu ostatnich 5 lat.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymują skrypt z materiałami do samodzielnego utrwalenia materiału, prezentację ze szkolenia, a także certyfikat szkolenia.

Warunki uczestnictwa

Wymogi unijne związane z realizacją szkolenia z dofinansowaniem:

- Warunkiem uzyskania zaświadczenia jest uczestnictwo w co najmniej 80%- 100% (w zależności od programu dofinansowania i podpisanej umowy z Operatorem) zajęć usługi rozwojowej

Rekomendowane warunki techniczne:

- Założone konto Canva (może być wersja bezpłatna)
- Procesor dwurdzeniowy 2GHz lub lepszy (zalecany czterordzeniowy);
- 2GB pamięci RAM (zalecane 4GB lub więcej);
- System operacyjny taki jak Windows 8 (zalecany Windows 11), Mac OS wersja 10.13 (zalecana najnowsza wersja), Linux, Chrome OS.
- Korzystanie z Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, Edge (Chromium), Yandex lub Opera. Należy korzystać z najaktualniejszej oficjalnej wersji wybranej przeglądarki.

Należy zabrać:

- laptopa, myszkę, ładowarkę
- telefon i ładowarkę

Informacje dodatkowe

Jak przygotować się do szkolenia aby było jeszcze bardziej efektywne?

- Sprawdź czy masz dostęp do swojego konta prywatnego na Facebooku
- Sprawdź czy masz dostęp do swojej strony firmowej na Facebooku, Instagramie i TikToku – jeśli nie – postaraj się uzyskać
- Sprawdź czy masz dostęp do swojej strony internetowej/sklepu internetowego
- Załóż bezpłatny program graficzny Canva. Nie trzeba go instalować, wystarczy logować się w przeglądarce internetowej. Można także skorzystać testowej, bezpłatnej wersji Canva PRO (okres testowy wynosi 30 dni)
- Przygotuj 3-4 zdjęcia firmowe (mogą być także prywatne) oraz 1-2 krótkie filmy do 10 sekund

Adres

ul. Kaprów 3a/36

80-316 Gdańsk

woj. pomorskie

Sala szkoleniowa mieści się w Gdańsku - Oliwa, na trzecim piętrze w kamienicy biurowej.

W pobliżu znajduje się parking płatny. Łatwy dojazd środkami komunikacji miejskiej: SKM, tramwaj, autobus.

Udogodnienia dla osób z niepełnosprawnościami:

- Winda
- Podjazd
- Szerokie drzwi
- Dostosowana toaleta

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Magdalena Głomska

E-mail biuro@digitalbrand.com.pl

Telefon (+48) 505 139 506