



FORCE PR SPÓŁKA
Z OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚ
CIĄ

★★★★★ 5,0 / 5

1 ocena

Prowadzenie social mediów + kampanie reklamowe w Meta Ads oraz podstawy Google Ads dla początkujących

Numer usługi 2025/12/23/179191/3228258

📍 Bielsko-Biała / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 30 h

📅 28.12.2025 do 14.01.2026

7 500,00 PLN brutto

7 500,00 PLN netto

250,00 PLN brutto/h

250,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

- właściciele mikro i małych firm,
- pracownicy działów marketingu,
- osoby odpowiedzialne za promocję marki w Internecie,
- osoby rozpoczynające pracę jako freelancerzy w obszarze marketingu online
- osoby będące na podstawowym poziomie znajomości obsługi social mediów, a także ci, którzy nigdy nie pracowali z tym narzędziem, ale chcą nauczyć się samodzielnego wykonywania skutecznych kampanii reklamowych.

Wymagana jest podstawowa umiejętność obsługi komputera i Internetu oraz posiadanie konta Google (lub gotowość do jego założenia).

Minimalna liczba uczestników

1

Maksymalna liczba uczestników

4

Data zakończenia rekrutacji

27-12-2025

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

30

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Szkolenie przygotowuje do samodzielnego planowania, tworzenia oraz zarządzania treściami w mediach społecznościowych oraz przygotowania i optymalizacji kampanii reklamowych w systemie Meta Ads (Facebook, Instagram).

Uczestnik, po zakończeniu szkolenia, będzie zdolny do prowadzenia komunikacji marki w kanałach social media i realizacji skutecznych działań promocyjnych w oparciu o dane analityczne i aktualne algorytmy platformy Meta.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Dobiera treści do grupy docelowej i celów komunikacyjnych marki	Przypisuje typy treści (tekst, grafika, wideo) do wskazanej grupy odbiorców i celu komunikacji	Wywiad swobodny
Planuje kalendarz publikacji z użyciem narzędzi do harmonogramowania	Opracowuje tygodniowy kalendarz publikacji z uwzględnieniem formatu, godziny i tematu	Obserwacja w warunkach symulowanych
Tworzy kreacje graficzne i tekstowe dopasowane do kanałów social media	Przygotowuje min. 1 posta w formacie statycznym, wideo i stories, dopasowanego do Facebooka lub Instagrama	Obserwacja w warunkach symulowanych
Konfiguruje kampanię Meta Ads zgodnie z określonym celem marketingowym	Wybiera cel kampanii i dopasowuje do niego budżet, grupy odbiorców i treści reklamowe	Test teoretyczny
Analizuje dane z kampanii i wskazuje kierunki optymalizacji	Interpretuje wskaźniki CTR, CPC i konwersji w przykładowej kampanii	Obserwacja w warunkach symulowanych
Tworzy projekt komunikacji marki z uwzględnieniem kanałów social media i działań płatnych	Opracowuje zintegrowany mini-projekt: plan postów + struktura kampanii reklamowej	Obserwacja w warunkach symulowanych
Tworzy podstawową kampanię Google Ads w wyszukiwarce i sieci reklamowej zgodnie z celem marketingowym.	Prawidłowo tworzy kampanie z odpowiednim celem (np. ruch, konwersje).	Wywiad swobodny
Pozna je jak dobierać odpowiednie słowa kluczowe i grupy reklamowe odpowiednich do oferty i grupy docelowej.	Wybiera adekwatne słowa kluczowe i grupy reklamowe zgodne z profilem klienta i oferty.	Wywiad swobodny
Tworzy skuteczne reklamy tekstowe, graficzne i responsywne.	Przygotowuje reklamy spełniające wymagania Google Ads i dopasowane do kampanii.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Śledzi konwersje i analizuje dane z Google Ads, Google Analytics i Google Tag Manager.	Umiejętnie odczytuje dane konwersji i interpretuje podstawowe statystyki.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Interpretuje podstawowe wskaźniki efektywności kampanii (CTR, CPC, konwersje, koszt konwersji).	Poprawnie interpretuje wskaźniki i ocenia efektywność kampanii.	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

Opis szkolenia:

Szkolenie zostało opracowane z myślą o osobach, które chcą świadomie i skutecznie wykorzystać media społecznościowe oraz narzędzia Meta Ads (Facebook, Instagram) do rozwoju swojej marki lub biznesu oraz podstaw Google Ads. Program łączy **praktyczne ćwiczenia**, wiedzę strategiczną i techniczną oraz zagadnienia związane z odpowiedzialnym i zrównoważonym marketingiem cyfrowym.

To nie jest zwykły kurs – to intensywne, warsztatowe szkolenie, podczas którego uczestnicy pod okiem doświadczonych trenerów samodzielnie konfiguruje kampanie, tworzą treści, analizują wyniki i wdrażają optymalizacje dopasowane do specyfiki własnej działalności.

Praktyczne umiejętności:

Szkolenie w dużej mierze oparte jest na **praktycznych ćwiczeniach**, podczas których uczestnicy samodzielnie konfiguruje kampanie, analizują dane i wdrażają zmiany optymalizacyjne.

Metody pracy:

Zajęcia prowadzone są metodą ćwiczeniową, połączoną z rozmową i wykładem. Warunkiem niezbędnym do osiągnięcia celu szkolenia jest samodzielne wykonanie wszystkich ćwiczeń zadanych przez trenera.

Godziny realizacji szkolenia:

Szkolenie realizowane jest w ciągu trzech dni - łącznie 30 godzin dydaktycznych, przy czym 1 godzina dydaktyczna to 45 minut). Liczba godzin teoretycznych: 10 H, Liczba godzin praktycznych 20 H

Przerwy nie są wliczane do czasu szkolenia.

Harmonogram szkolenia może ulec nieznacznym przesunięciom w zależności od tempa pracy grupy, czasu potrzebnego na wykonanie ćwiczeń oraz stopnia przyswajania materiału.

Certyfikat:

Uczestnicy szkolenia otrzymają certyfikat potwierdzający ukończenie szkolenia oraz zdobycie wiedzy i umiejętności objętych programem.

Weryfikacja efektów uczenia się:

Weryfikacja efektów uczenia się w trakcie walidacji ostatniego dnia szkolenia. Walidacja prowadzona jest przez podmiot zewnętrzny.

PROGRAM SZKOLENIA:**MODUŁ 1 – STRATEGIA I KOMUNIKACJA W SOCIAL MEDIACH**

- Rola mediów społecznościowych w promocji marki
- Zasady budowania spójnego wizerunku
- Dobór grupy docelowej i języka komunikacji
- Content plan i planowanie postów
- Narzędzia do planowania i analizy

MODUŁ 2 – TECHNICZNA STRONA SOCIAL MEDIÓW

- Formatowanie postów i dopasowanie do kanałów
- Reels, stories, karuzele – kiedy i jak je stosować
- Narzędzia graficzne i video (np. Canva, CapCut)

MODUŁ 3 – WPROWADZENIE DO META ADS

- Konfiguracja konta reklamowego i menedżera reklam
- Struktura kampanii (kampania – zestaw reklam – reklama)
- Typy kampanii: zasięg, ruch, konwersja, aktywność

MODUŁ 4 – ZAANGAŻOWANIE I SPRZEDAŻ

- Tworzenie skutecznych kreacji reklamowych
- Ustawianie budżetu, harmonogramu i grup odbiorców
- Targetowanie zaawansowane – lookalike, retargeting

MODUŁ 5 – ANALITYKA I OPTYMALIZACJA

- Odczytywanie danych w Menedżerze reklam
- Najważniejsze wskaźniki efektywności (CTR, CPC, ROAS)
- Co poprawić i jak reagować na spadek wyników

MODUŁ 6 – WPROWADZENIE DO GOOGLE ADS

Cel modułu: Zrozumienie podstaw działania systemu Google Ads w kontekście efektywnego i świadomego ekologicznie marketingu internetowego.

- Rola Google Ads w strategii marketingowej online z uwzględnieniem jak świadome zarządzanie kampanią może przyczynić się do zmniejszenia cyfrowego śladu węglowego.
- Typy kampanii: wyszukiwarka, sieć reklamowa, video, discovery z analizą efektywności i energochłonności różnych typów kampanii – wybór kanałów o mniejszym wpływie środowiskowym (np. kampanie tekstowe vs. wideo).
- Struktura konta Google Ads: kampania, grupa reklam, reklama. Projektowanie kampanii w sposób uporządkowany i zoptymalizowany – ograniczenie marnowania zasobów cyfrowych i emisji CO₂ przez nieefektywne struktury.

MODUŁ 7 – PLANOWANIE I TWORZENIE KAMPANII

Cel modułu: Rozwijanie umiejętności projektowania kampanii reklamowych z uwzględnieniem efektywności ekologicznej i ekonomicznej.

- Dobór słów kluczowych i grup reklamowych nie tylko pod kątem konwersji, ale także pod kątem promowania produktów i usług wspierających zieloną transformację.
- Pisanie skutecznych reklam tekstowych i responsywnych z uwzględnieniem tych, które zachęcają do działań prośrodowiskowych i prezentują ekologiczne cechy produktów/usług.
- Ustawienie budżetu, harmonogramu i lokalizacji wyświetlania reklam precyzyjne targetowanie ogranicza liczbę niepotrzebnych wyświetleń (mniejsze zużycie energii).
- Podstawowe zasady optymalizacji kampanii z uwzględnieniem racjonalnego podejścia do wydatkowania budżetów reklamowych.

MODUŁ 8 – ANALITYKA W GOOGLE

Cel modułu: Nauka analizy danych reklamowych z uwzględnieniem efektywności środowiskowej kampanii.

- Wprowadzenie do Google Analytics i Google Tag Manager z ograniczeniem liczby skryptów i zmniejszanie obciążenia stron (co przekłada się na mniejsze zużycie energii).
- Śledzenie konwersji i zdarzeń w witrynie. Mierzenie efektów kampanii wspierających działania ekologiczne – np. konwersje na stronie promującej produkty zero waste.
- Odczytywanie podstawowych wskaźników (CTR, CPC, ROI). Interpretacja wskaźników z perspektywy efektywności energetycznej i kosztowej.
- Tworzenie prostych raportów i wnioskowanie na ich podstawie. Prezentacja danych uwzględniająca efekty środowiskowe (np. oszczędność energii dzięki lepszej konwersji).

Walidacja - wywiad swobodny, obserwacja w warunkach symulowanych oraz test teoretyczny.

Materiały dydaktyczne: Uczestnicy otrzymają zestaw szablonów, materiałów pomocniczych i **checklist**, które wspierają planowanie oraz realizację działań w mediach społecznościowych i kampanii Meta Ads oraz Google Ads. Wśród materiałów znajdują się m.in. wzory harmonogramów publikacji, gotowe formaty postów i reklam, przykładowe zestawy odbiorców oraz listy kontrolne ułatwiające konfigurację kampanii reklamowych. Materiały te zostały przygotowane z myślą o ułatwieniu samodzielnej pracy i zapewnieniu spójności oraz efektywności działań promocyjnych.

Po ukończeniu szkolenia oraz pozytywnym zaliczeniu wszystkich modułów uczestnicy otrzymują certyfikat **potwierdzający zdobyte kwalifikacje**. Dokument ten stanowi oficjalne potwierdzenie umiejętności w zakresie zarządzania profilami w mediach społecznościowych oraz tworzenia i optymalizacji kampanii reklamowych w ekosystemie Meta (Facebook, Instagram), co może znacząco wspierać rozwój kariery zawodowej lub działalności biznesowej.

Szkolenie przygotowuje do samodzielnego planowania, tworzenia oraz zarządzania treściami w mediach społecznościowych oraz przygotowania i optymalizacji kampanii reklamowych w systemie Meta Ads (Facebook, Instagram).

Uczestnik, po zakończeniu szkolenia, będzie zdolny do prowadzenia komunikacji marki w kanałach social media i realizacji skutecznych działań promocyjnych w oparciu o dane analityczne i aktualne algorytmy platformy Meta.

Warunki lokalowe : Szkolenie realizowane jest w sali szkoleniowej spełniającej wymagania dotyczące komfortu pracy, bezpieczeństwa oraz standardów technicznych niezbędnych do prowadzenia zajęć warsztatowych z zakresu social media i Meta Ads.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 15 MODUŁ 1 : Strategia i komunikacja w social mediach	Renata Konieczny	28-12-2025	08:30	10:45	02:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
2 z 15 MODUŁ 2: Techniczna strona social mediów	Renata Konieczny	08-01-2026	08:00	10:15	02:15
3 z 15 MODUŁ 3 (1/2): Wprowadzenie do Meta Ads	Renata Konieczny	08-01-2026	10:15	11:45	01:30
4 z 15 Przerwa obiadowa	Renata Konieczny	08-01-2026	11:45	12:15	00:30
5 z 15 MODUŁ 3 (2/2): Wprowadzenie do Meta Ads – kontynuacja	Renata Konieczny	08-01-2026	12:15	15:15	03:00
6 z 15 MODUŁ 4 : Zaangażowanie i sprzedaż	Renata Konieczny	13-01-2026	08:00	09:30	01:30
7 z 15 MODUŁ 5: Analityka i optymalizacja	Renata Konieczny	13-01-2026	09:30	10:15	00:45
8 z 15 Przerwa kawowa	Renata Konieczny	13-01-2026	10:15	10:30	00:15
9 z 15 Moduł 6 WPROWADZENIE DO GOOGLE ADS	Renata Konieczny	13-01-2026	10:30	13:30	03:00
10 z 15 Przerwa obiadowa	Renata Konieczny	13-01-2026	13:30	14:00	00:30
11 z 15 MODUŁ 7 (1/2) PLANOWANIE I TWORZENIE KAMPANII	Renata Konieczny	13-01-2026	14:00	15:00	01:00
12 z 15 MODUŁ 7 (CZ.2)	Renata Konieczny	14-01-2026	08:00	11:45	03:45
13 z 15 PRZERWA obiadowa	Renata Konieczny	14-01-2026	11:45	12:15	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
14 z 15 MODUŁ 8: ANALITYKA W GOOGLE	Renata Konieczny	14-01-2026	13:00	15:15	02:15
15 z 15 Walidacja - wywiad swobodny, test teoretyczny, obserwacja w warunkach symulowanych	-	14-01-2026	15:15	16:00	00:45

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	7 500,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	7 500,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	250,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	250,00 PLN
W tym koszt walidacji brutto	0,00 PLN
W tym koszt walidacji netto	0,00 PLN
W tym koszt certyfikowania brutto	125,00 PLN
W tym koszt certyfikowania netto	125,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1
Renata Konieczny
Renata Konieczny PR Dyrektor

Związana z firmą ForcePR od samego początku jej istnienia. W pracy zwana jest „linijką”. Dlaczego? Bo wszystkie projekty wnikliwie analizuje. Pomimo humanistycznego wykształcenia ma umiejętności inżynierskie – wszystko mierzy, waży, liczy i analizuje. Stoi na straży wszystkich projektów. Szuka rozwiązań, eliminuje problemy. Spod jej ręki wychodzą najbardziej optymalne kampanie reklamowe. Myśli nie tylko analitycznie, ale też kreatywnie. Szkoli z prowadzenia social mediów. Prowadzi zespół w firmie, który, jak w zegarku, dowozi projekty. Klienci ForcePR cenią ją za merytoryczność, obowiązkowość i szczerść. Autorka wielu kreacji reklamowych. Filar firmy ForcePR. Prywatnie mama, pływa jak ryba, radzi sobie ze wszystkimi budowlanymi wyzwaniem.

Trener posiada doświadczenie zawodowe zdobyte nie wcześniej niż 5 lat lub kwalifikacje nabyte nie wcześniej niż 5 lat przed datą wprowadzenia szczegółowych danych dotyczących oferowanej usługi.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymają zestaw **szablonów**, materiałów pomocniczych i **checklist**, które wspierają planowanie oraz realizację działań w mediach społecznościowych i kampanii Meta Ads. Wśród materiałów znajdują się m.in. wzory harmonogramów publikacji, gotowe formaty postów i reklam, przykładowe zestawy odbiorców oraz listy kontrolne ułatwiające konfigurację kampanii reklamowych. Materiały te zostały przygotowane z myślą o ułatwieniu samodzielnej pracy i zapewnieniu spójności oraz efektywności działań promocyjnych.

Podczas szkolenia uczestnicy realizują **praktyczne zadania oraz ćwiczenia warsztatowe**, które umożliwiają aktywne wykorzystanie zdobywanej wiedzy. Ćwiczenia obejmują tworzenie planów treści, przygotowywanie grafik i opisów do publikacji, konfigurowanie kampanii Meta Ads w Menedżerze reklam, dobór grup docelowych, budżetów i celów kampanii, a także analizę wyników oraz wnioskowanie na podstawie danych oraz prowadzenie kampanii Google Ads. Dzięki temu uczestnicy uczą się prowadzenia działań promocyjnych w sposób świadomy, zorganizowany i dostosowany do specyfiki kanałów społecznościowych.

Adres

ul. Romualda Traugutta 10/13
43-300 Bielsko-Biała
woj. śląskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Małgorzata Zarębska

E-mail malgorzata@forcepr.pl

Telefon (+48) 660 627 371