



CTE GROUP S.A.  
(dawniej Lauren  
Peso Polska S.A.)

★★★★★ 4,8 / 5  
1 742 oceny

## Skuteczne reklamy Meta Ads na Facebooku i Instagramie- poziom podstawowy i średniozaawansowany.- szkolenie

Numer usługi 2025/12/29/8291/3230767

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 8 h

📅 16.02.2026 do 16.02.2026

2 200,00 PLN brutto

2 200,00 PLN netto

275,00 PLN brutto/h

275,00 PLN netto/h

## Informacje podstawowe

**Kategoria**

Biznes / Marketing

**Grupa docelowa usługi**

Szkolenie jest przeznaczone dla osób odpowiedzialnych za tworzenie i optymalizację kampanii reklamowych na Facebooku i Instagramie. Idealni uczestnicy to:

- **Stanowiska:** Specjaliści ds. marketingu, social media managerowie, e-commerce, właściciele małych firm, freelancerzy.
- **Doświadczenie:** Podstawowe lub średniozaawansowane doświadczenie z Meta Ads.
- **Zakres zadań:** Tworzenie kampanii reklamowych, zarządzanie budżetem, analiza wyników.
- **Wiedza i umiejętności:** Podstawowa znajomość platformy Meta Ads Manager, marketingu internetowego, gotowość do pracy z danymi.

Szkolenie jest skierowane do osób, które chcą skutecznie prowadzić kampanie reklamowe na Facebooku i Instagramie.

**Minimalna liczba uczestników**

3

**Maksymalna liczba uczestników**

16

**Data zakończenia rekrutacji**

13-02-2026

**Forma prowadzenia usługi**

zdalna w czasie rzeczywistym

**Liczba godzin usługi**

8

**Podstawa uzyskania wpisu do BUR**

Znak Jakości TGLS Quality Alliance

# Cel

## Cel edukacyjny

Cel szkolenia:

Uczestnicy nauczą się efektywnego planowania, tworzenia i optymalizacji kampanii reklamowych w systemie Meta Ads (Facebook i Instagram), aby zwiększać sprzedaż, ruch i zaangażowanie.

Szkolenie przygotowuje Uczestnika do:

- poznanie narzędzi Meta Ads Managera
- samodzielnego tworzenia i optymalizacji kampanii reklamowych,
- doboru celów-, grup docelowych i budżetów,
- używaniem Managera reklam
- analiza wyników i optymalizacja kampanii.

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

| Efekty uczenia się                                                                                        | Kryteria weryfikacji                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Metoda walidacji                                            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|
| Uczestnik identyfikuje narzędzia Meta Ads Manager                                                         | Uczestnik wskazuje i wykorzystuje funkcje dostępne w Meta Ads Manager do zarządzania kampaniami reklamowymi.                                                                                                                                                                                                      | Test teoretyczny                                            |
| Uczestnik samodzielnie tworzy i prowadzi kampanie w Meta Ads (Facebook, Instagram)                        | Uczestnik stosuje różnorodne formaty reklam (grafiki, wideo, karuzele) oraz skutecznie je optymalizuje w celu zwiększenia efektywności kampanii. Wskazuje istotne elementy kampanii oraz dookreśla ich zastosowanie.                                                                                              | Test teoretyczny<br><br>Obserwacja w warunkach symulowanych |
| Uczestnik dobiera cele reklamowe, grupy odbiorców i budżet                                                | Uczestnik definiuje i dookreśla cele reklamowe zgodnie z potrzebami swojej firmy, produktu/usługi oraz oczekiwaniami odbiorców. Uczestnik określa niezbędny budżet do wybranej kampanii reklamowej.                                                                                                               | Test teoretyczny                                            |
| Uczestnik rozróżnia narzędzia reklamowe i definiuje zasady tworzenia skutecznych kreacji reklamowych.     | Uczestnik wskazuje różnice między prostym promowaniem postów a zaawansowanym zarządzaniem kampaniami w Meta Ads Manager, co pozwoli im na bardziej efektywne wykorzystanie budżetu reklamowego. Opisuje kluczowe zasady tworzenia kampanii reklamowych w korespondencji z budżetem, celem i zakładanymi efektami. | Test teoretyczny                                            |
| Uczestnik analizuje wyniki i optymalizuje kampanie pod kątem efektywności, celowości, założonego budżetu. | Uczestnik analizuje wyniki kampanii reklamowych wykorzystując odpowiednie narzędzia, wyciąga wnioski z uruchomionej kampanii oraz moderuje kampanię w celu uzyskania zakładanego celu i efektu- optymalizuje kampanię.                                                                                            | Test teoretyczny                                            |

# 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

### 1. Wprowadzenie i struktura konta Meta Ads

- Omówienie interfejsu Menedżera Reklam
- Rola piksela i API konwersji
- Kampania/zestaw reklam/reklama – logika techniczna Meta Ads

### 2. Cele kampanii i strategia budżetowania

- Dobór celu reklamowego w zależności od etapu lejka
- Budżet CBO vs ABO: kiedy i jak stosować
- Harmonogram i ograniczenia budżetowe – co wpływa na koszty

### 3. Tworzenie grup odbiorców i remarketing

- Tworzenie grup niestandardowych (aktywność, piksel, lista klientów)
- Grupy podobnych odbiorców (lookalike) – jak dobrze je ustawić
- Skuteczny remarketing: struktura i okna retencji

### 4. Optymalizacja kampanii: CTR, CPC, CPA, ROAS

- Co mierzyć i jak interpretować dane
- Techniki poprawy CTR i obniżania kosztu konwersji

### 5. Audyt kampanii Meta Ads

- Kiedy i jak robić audyt: praktyczna checklista
- Najczęstsze błędy techniczne (np. zbyt zawężone grupy, kolizje celów, problemy z pikselem)
- Ocena struktury konta i skuteczności kampanii

### 6. Warsztat praktyczny – tworzenie kampanii krok po kroku

- Tworzenie zestawu reklam z doбором celu, odbiorców i budżetu

- Konfiguracja remarketingu

- Ustawienie testu A/B i automatyzacji

#### 7. Analiza wyników i pytania uczestników

- Jak raportować wyniki – co warto pokazywać klientom / zarządowi

- Sesja pytań i omówienie indywidualnych przypadków

- Rekomendacje narzędzi i dalszego rozwoju

Zajęcia praktyczne będą odbywać się z wykorzystaniem narzędzi takich jak: ćwiczeń indywidualnych, dyskusji moderowanej przez prowadzącego szkolenie, symulacje ustawień kampanii reklamowych, zadania technicznej obsługi w Meta Ads.

Charakterystyka szkolenia: Całość kursu opiera się na praktycznych zadaniach, które uczestnicy wykonują pod okiem prowadzącego.

Dzięki temu wiedza teoretyczna jest bezpośrednio stosowana w praktyce. W trakcie trwania szkolenia przewidziane są przerwy, które nie są wliczone w czas trwania szkolenia.

Godziny trwania szkolenia liczone są w godzinach dydaktycznych - 8 godzin (1 godzina=45 minut). Szkolenie zrealizowane zostanie w podziale na zajęcia teoretyczne - 5 godzin dydaktycznych oraz zajęcia praktyczne - 3 godziny dydaktyczne.

Harmonogram jest orientacyjnym czasem realizacji poszczególnych etapów szkolenia. Godziny realizacji poszczególnych części mogą ulec zmianie.

Warunki otrzymania zaświadczenia o ukończeniu szkolenia należy:

1. Minimalna frekwencja Uczestnika na poziomie 90% czasu trwania szkolenia oraz

2. Uzyskanie co najmniej 70% możliwych poprawnych odpowiedzi w teście wiedzy.

## Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 6

| Przedmiot / temat zajęć                                                                        | Prowadzący        | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| <b>1 z 6</b><br>Wprowadzenie do Meta Ads, Struktura kampanii i cele reklamowe                  | Anna Petynia-Kawa | 16-02-2026            | 08:00               | 10:00               | 02:00         |
| <b>2 z 6</b><br>Przerwa (nie wlicza się w czas trwania szkolenia)                              | Anna Petynia-Kawa | 16-02-2026            | 10:00               | 10:15               | 00:15         |
| <b>3 z 6</b><br>Tworzenie reklam: grafiki, wideo, karuzele, Optymalizacja kampanii i A/B testy | Anna Petynia-Kawa | 16-02-2026            | 10:15               | 12:30               | 02:15         |

| Przedmiot / temat zajęć                                                                             | Prowadzący        | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| <b>4 z 6</b> Przerwa<br>(nie wlicza się w czas trwania szkolenia)                                   | Anna Petynia-Kawa | 16-02-2026            | 12:30               | 12:45               | 00:15         |
| <b>5 z 6</b> Analiza wyników i raportowanie, Warsztaty praktyczne: Tworzenie kampanii krok po kroku | Anna Petynia-Kawa | 16-02-2026            | 12:45               | 14:00               | 01:15         |
| <b>6 z 6</b> Walidacja                                                                              | -                 | 16-02-2026            | 14:00               | 14:30               | 00:30         |

## Cennik

### Cennik

| Rodzaj ceny                               | Cena         |
|-------------------------------------------|--------------|
| Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto | 2 200,00 PLN |
| Koszt przypadający na 1 uczestnika netto  | 2 200,00 PLN |
| Koszt osobogodziny brutto                 | 275,00 PLN   |
| Koszt osobogodziny netto                  | 275,00 PLN   |

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



**1 z 1**

### Anna Petynia-Kawa

Jestem trenerem z zakresu tematycznego związanego z marketingiem w gospodarce cyfrowej oraz marketingu internetowego od ponad 7 lat. Specjalizuje się w dziedzinie mediów społecznościowych oraz promowania firmy w Internecie oraz prowadzenia kampanii reklamowych. Prowadząc Firmę reklamową jednocześnie, Trener ma bogate doświadczenie merytoryczne w tematyce szkolenia.

# Informacje dodatkowe

## Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymają materiały szkoleniowe w postaci prezentacji, zestaw ćwiczeń wykorzystywanych podczas szkolenia oraz zaświadczenie potwierdzający kompetencje nabyte podczas szkolenia.

## Informacje dodatkowe

Podstawa zwolnienia z podatku VAT:

- Podstawa zwolnienia z VAT: art. 43 ust. 1 pkt 29 lit. c ustawy o VAT
- Usługa zwolniona z 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 2020 r., poz. 1983)

W przypadku otrzymania dofinansowania na poziomie minimum 70% usługa podlega zwolnieniu z podatku VAT, w przypadku dofinansowania poniżej 70% do ceny należy doliczyć 23% VAT.

## Warunki techniczne

Platforma /rodzaj komunikatora, za pośrednictwem którego prowadzona będzie usługa - Platforma Zoom (<https://zoom-video.pl/>)  
Podstawą do rozliczenia usługi jest wygenerowanie z systemu raportu, umożliwiającego identyfikację wszystkich uczestników oraz zastosowanego narzędzia. Wymagania sprzętowe: Minimalne wymagania sprzętowe, jakie musi spełniać komputer Uczestnika lub inne urządzenie do zdalnej komunikacji - komputer, laptop lub inne urządzenie z dostępem do internetu Minimalne wymagania dotyczące parametrów łącza sieciowego, jakim musi dysponować Uczestnik - minimalna prędkość łącza: 512 KB/sek Niezbędne oprogramowanie umożliwiające Uczestnikom dostęp do prezentowanych treści i materiałów - komputer, laptop lub inne urządzenie z dostępem do internetu. Nie ma potrzeby instalowania specjalnego oprogramowania. Okres ważności linku umożliwiającego uczestnictwo w spotkaniu on-line - od momentu rozpoczęcia szkolenia do momentu zakończenia szkolenia Potrzebna jest zainstalowana najbardziej aktualna ocjalna wersja jednej z przeglądarek: Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, Edge lub Opera. Procesor dwurdzeniowy 2GHz lub lepszy (zalecany czterordzeniowy); 2GB pamięci RAM (zalecane 4GB lub więcej); System operacyjny taki jak Windows 8 (zalecany Windows 10), Mac OS wersja 10.13 (zalecana najnowsza wersja), Linux, Chrome OS. Łącze internetowe o minimalnej przepustowości do zapewnienia transmisji dźwięku 512Kb/s, zalecane min. 2 Mb/s oraz min. 1 Mb/s do zapewnienia transmisji łącznie dźwięku i wizji, zalecane min. 2,5 Mb/s

## Kontakt



**ALINA KRASOŃ-STAJNIAK**

**E-mail** a.krason@ctegroup.pl

**Telefon** (+48) 739 017 507