



APS Piotr Olgierd  
Sułkowski

★★★★★ 5,0 / 5

7 588 ocen

## Szkolenie: ABC SOCIAL MEDIA

Numer usługi 2026/01/16/36960/3262267

📍 Niwka / mieszana (stacjonarna połączona z usługą zdalną w czasie rzeczywistym)

📄 Usługa szkoleniowa

🕒 113 h

📅 26.01.2026 do 25.04.2026

10 170,00 PLN brutto

10 170,00 PLN netto

90,00 PLN brutto/h

90,00 PLN netto/h

## Informacje podstawowe

**Kategoria**

Informatyka i telekomunikacja / Internet

**Grupa docelowa usługi**

### Szkolenie przeznaczone jest dla:

- właścicieli firm, managerów i kadry kierowniczej
- mentorów, coachów, specjalistów HR i kadr
- kierowników projektów i osób zarządzających zmianą
- pracowników instytucji publicznych
- osób chcących podnieść kompetencje cyfrowe
- osób planujących przebranżowienie i rozpoczęcie pracy w obszarze social mediów, content marketingu, influencer marketingu lub tworzenia treści online

**Minimalna liczba uczestników**

1

**Maksymalna liczba uczestników**

25

**Data zakończenia rekrutacji**

24-01-2026

**Forma prowadzenia usługi**

mieszana (stacjonarna połączona z usługą zdalną w czasie rzeczywistym)

**Liczba godzin usługi**

113

**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 planowania, tworzenia, publikowania oraz analizy treści w mediach społecznościowych. Szkolenie przygotowuje do realizowania działań komunikacyjnych online, doboru odpowiednich platform i formatów treści, tworzenia materiałów tekstowych, graficznych i wideo oraz oceny skuteczności prowadzonych działań w mediach społecznościowych.

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

| Efekty uczenia się   | Kryteria weryfikacji   | Metoda walidacji                    |
|--|--|-------------------------------------|
| Uczestnik rozróżnia cele komunikacji w mediach społecznościowych oraz dobiera platformy i formaty treści do określonych potrzeb komunikacyjnych. | poprawnie wskazuje cele komunikacji (wizerunkowe, informacyjne, sprzedażowe),  | Test teoretyczny                    |
|  | właściwie przyporządkowuje platformy i formaty treści do wskazanych celów      | Test teoretyczny                    |
| Uczestnik identyfikuje zasady tworzenia treści oraz rozróżnia mechanizmy angażowania odbiorców w mediach społecznościowych.                      | poprawnie opisuje elementy skutecznego storytellingu                           | Test teoretyczny                    |
|  | rozpoznaje mechanizmy wpływające na zaangażowanie odbiorców                    | Test teoretyczny                    |
| Uczestnik tworzy treści tekstowe, graficzne i wideo przeznaczone do publikacji w mediach społecznościowych.                                      | opracowuje treści tekstowe zgodne z założonym celem komunikacyjnym             | Test teoretyczny                    |
|  | przygotowuje materiały graficzne lub wideo z wykorzystaniem narzędzi cyfrowych | Test teoretyczny                    |
| Uczestnik planuje i wdraża podstawową strategię komunikacji w mediach społecznościowych.   | opracowuje prosty plan komunikacji lub harmonogram publikacji                  | Obserwacja w warunkach symulowanych |
|  | dobiera treści do założonych celów i grupy odbiorców                           | Obserwacja w warunkach symulowanych |
| Uczestnik analizuje wyniki działań prowadzonych w mediach społecznościowych.   | interpretuje podstawowe wskaźniki skuteczności działań                         | Obserwacja w warunkach symulowanych |
|  | formułuje wnioski dotyczące dalszych działań komunikacyjnych                   | Obserwacja w warunkach symulowanych |
| Uczestnik organizuje pracę własną oraz stosuje zasady odpowiedzialnej komunikacji online.  | realizuje zadania zgodnie z harmonogramem                                      | Obserwacja w warunkach symulowanych |
|  | uwzględnia zasady etyki i odpowiedzialności w komunikacji online               | Obserwacja w warunkach symulowanych |

# 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

### Wprowadzenie do social mediów i przebranżowienia

- rola social mediów na rynku pracy w 2026 roku
- możliwe ścieżki kariery: social media specialist, content creator, influencer manager
- kroki skutecznego przebranżowienia – od kompetencji do pierwszych zleceń
- omówienie ekosystemu platform społecznościowych

### Content creation i cele komunikacji

- czym jest content creation i storytelling
- cele treści: wizerunkowe, edukacyjne, sprzedażowe
- dopasowanie treści do celów biznesowych i osobistych
- planowanie komunikacji w social mediach

### Psychologia odbiorcy i storytelling

- jak użytkownicy konsumują treści online
- emocje, potrzeby i mechanizmy zaangażowania
- podstawy storytellingu w komunikacji online
- struktury narracyjne i budowanie historii

### Storytelling sprzedażowy i wizerunkowy

- storytelling marki osobistej i firmowej
- opowieści sprzedażowe, wizerunkowe i eksperckie
- autentyczność i język emocji w komunikacji

## Platformy social media i formaty treści

- Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, YouTube – różnice i specyfika w 2026 roku i na czym warto się skupić
- formaty treści: posty, reels, stories, short video, live
- trendy komunikacyjne w social mediach w 2026 roku

## Copywriting i content marketing

- zasady copywritingu w social mediach
- nagłówki, hooki, CTA
- język korzyści i storytelling w tekstach
- tworzenie opisów postów i scenariuszy video

## Storytelling wizualny i grafika (Canva)

- znaczenie obrazu i spójności wizualnej
- podstawy projektowania grafik
- praca w narzędziu Canva – posty, relacje, miniatury, video
- tworzenie prostego brandingu wizualnego

## Wideo i montaż treści

- podstawy pracy z wideo w social mediach
- montaż video w CapCut
- wprowadzenie do Adobe Premiere Pro
- aplikacje mobilne do edycji video i zdjęć

## Influencer marketing i współprace

- czym jest influencer marketing
- modele współprac i wycena działań
- tworzenie ofert współpracy i briefów
- budowanie marki osobistej i zasięgów

## Strategia, analityka i walidacja kompetencji

- planowanie strategii contentowej i harmonogramów publikacji
- podstawowe metryki i analiza wyników
- przygotowanie portfolio social media
- Walidacja, case study i podsumowanie szkolenia

Każdy uczestnik powinien posiadać podstawową umiejętność obsługi komputera.

Warunki organizacyjne: W celu osiągnięcia maksymalizacji efektów szkolenia, grupa uczestników powinna wynosić minimum 1 osoba.

Realizacja zadań i ćwiczeń będzie przeprowadzona w taki sposób, aby stopniowo narastał ich stopień trudności, ale ich realizacja była w zasięgu możliwości uczestników.

1 godzina rozliczeniowa = 45 minut dydaktycznych

Liczba godzin teoretycznych - 50, liczba godzin praktycznych 63.

Walidacja kwalifikacji następuje poprzez test teoretyczny oraz obserwację podczas wykonywania ćwiczeń praktycznych (warunki symulowane). Proces walidacji przeprowadza osoba inna niż trener prowadzący część dydaktyczną, co zapewnia rozdzielność procesu kształcenia i walidacji.

Adresatami szkolenia są w szczególności:

- właściciele firm oraz osoby zarządzające,
- pracownicy odpowiedzialni za marketing, promocję lub komunikację z klientem,
- osoby mające wpływ na planowanie i realizację kampanii reklamowych,
- osoby zainteresowane tematyką reklamy cyfrowej i analityki marketingowej,
- osoby chcące uzupełnić lub uporządkować wiedzę z zakresu reklamy w gospodarce cyfrowej.

## Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 38

| Przedmiot / temat zajęć   | Prowadzący     | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin | Forma stacjonarna |
|---|----------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|-------------------|
| <b>1 z 38</b> rola social mediów na rynku pracy w 2026 roku   | Weronika Łabuz | 26-01-2026            | 16:00               | 18:00               | 02:00         | Tak               |
| <b>2 z 38</b> możliwe ścieżki kariery: social media specialist, content creator, influencer manager | Weronika Łabuz | 26-01-2026            | 18:00               | 20:00               | 02:00         | Tak               |
| <b>3 z 38</b> kroki skutecznego przebranżowienia – od kompetencji do pierwszych zleceń              | Weronika Łabuz | 26-01-2026            | 20:00               | 22:00               | 02:00         | Tak               |
| <b>4 z 38</b> omówienie ekosystemu platform społecznościowych                                       | Weronika Łabuz | 27-01-2026            | 16:00               | 18:00               | 02:00         | Tak               |

| Przedmiot / temat zajęć   | Prowadzący     | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin | Forma stacjonarna |
|---|----------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|-------------------|
| 5 z 38 czym jest content creation i storytelling  | Weronika Łabuz | 27-01-2026            | 18:00               | 20:00               | 02:00         | Tak               |
| 6 z 38 cele treści: wizerunkowe, edukacyjne, sprzedażowe  | Weronika Łabuz | 27-01-2026            | 20:00               | 22:00               | 02:00         | Tak               |
| 7 z 38 dopasowanie treści do celów biznesowych i osobistych (chat, współdzielenie ekranu, ćwiczenia, rozmowa) | Weronika Łabuz | 03-02-2026            | 19:00               | 22:00               | 03:00         | Nie               |
| 8 z 38 planowanie komunikacji w social mediach (chat, współdzielenie ekranu, ćwiczenia, rozmowa)              | Weronika Łabuz | 04-02-2026            | 19:00               | 22:00               | 03:00         | Nie               |
| 9 z 38 jak użytkownicy konsumują treści online  | Weronika Łabuz | 08-02-2026            | 09:00               | 11:00               | 02:00         | Tak               |
| 10 z 38 emocje, potrzeby i mechanizmy zaangażowania   | Weronika Łabuz | 08-02-2026            | 11:00               | 13:00               | 02:00         | Tak               |
| 11 z 38 podstawy storytellingu w komunikacji online   | Weronika Łabuz | 08-02-2026            | 13:00               | 15:00               | 02:00         | Tak               |

| Przedmiot / temat zajęć   | Prowadzący     | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin | Forma stacjonarna |
|---|----------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|-------------------|
| <b>12 z 38</b><br>struktury narracyjne i budowanie historii   | Weronika Łabuz | 08-02-2026            | 15:00               | 17:00               | 02:00         | Tak               |
| <b>13 z 38</b><br>storytelling marki osobistej i firmowej (chat, współdzielenie ekranu, ćwiczenia, rozmowa)                   | Weronika Łabuz | 18-02-2026            | 18:00               | 21:00               | 03:00         | Nie               |
| <b>14 z 38</b><br>opowieści sprzedażowe, wizerunkowe i eksperckie   | Weronika Łabuz | 08-03-2026            | 09:00               | 11:00               | 02:00         | Tak               |
| <b>15 z 38</b><br>autentyczność i język emocji w komunikacji  | Weronika Łabuz | 08-03-2026            | 11:00               | 13:00               | 02:00         | Tak               |
| <b>16 z 38</b><br>Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, YouTube – różnice i specyfika w 2026 roku i na czym warto się skupić | Weronika Łabuz | 08-03-2026            | 13:00               | 15:00               | 02:00         | Tak               |
| <b>17 z 38</b><br>formaty treści: posty, reels, stories, short video, live  | Weronika Łabuz | 08-03-2026            | 15:00               | 17:00               | 02:00         | Tak               |
| <b>18 z 38</b> trendy komunikacyjne w social mediach w 2026 roku  | Weronika Łabuz | 15-03-2026            | 09:00               | 11:00               | 02:00         | Tak               |

| Przedmiot / temat zajęć  | Prowadzący     | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin | Forma stacjonarna |
|--|----------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|-------------------|
| 19 z 38 zasady copywritingu w social mediach                       | Weronika Łabuz | 15-03-2026            | 11:00               | 13:00               | 02:00         | Tak               |
| 20 z 38 nagłówki, hooki, CTA                                       | Weronika Łabuz | 15-03-2026            | 13:00               | 15:00               | 02:00         | Tak               |
| 21 z 38 język korzyści i storytelling w tekstach                   | Weronika Łabuz | 15-03-2026            | 15:00               | 17:00               | 02:00         | Tak               |
| 22 z 38 tworzenie opisów postów i scenariuszy video                | Weronika Łabuz | 21-03-2026            | 09:00               | 11:00               | 02:00         | Tak               |
| 23 z 38 znaczenie obrazu i spójności wizualnej                     | Weronika Łabuz | 21-03-2026            | 11:00               | 13:00               | 02:00         | Tak               |
| 24 z 38 podstawy projektowania grafik                              | Weronika Łabuz | 21-03-2026            | 13:00               | 15:00               | 02:00         | Tak               |
| 25 z 38 praca w narzędziu Canva – posty, relacje, miniatury, video | Weronika Łabuz | 21-03-2026            | 15:00               | 17:00               | 02:00         | Tak               |
| 26 z 38 tworzenie prostego branding w wizualnego                   | Weronika Łabuz | 22-03-2026            | 09:00               | 11:00               | 02:00         | Tak               |
| 27 z 38 podstawy pracy z wideo w social mediach                    | Weronika Łabuz | 22-03-2026            | 11:00               | 13:00               | 02:00         | Tak               |

| Przedmiot / temat zajęć  | Prowadzący     | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin | Forma stacjonarna |
|--|----------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|-------------------|
| <b>28 z 38</b><br>montaż video w CapCut                                    | Weronika Łabuz | 22-03-2026            | 13:00               | 15:00               | 02:00         | Tak               |
| <b>29 z 38</b><br>wprowadzenie do Adobe Premiere Pro                       | Weronika Łabuz | 22-03-2026            | 15:00               | 17:00               | 02:00         | Tak               |
| <b>30 z 38</b><br>aplikacje mobilne do edycji video i zdjęć                | Weronika Łabuz | 29-03-2026            | 09:00               | 13:00               | 04:00         | Tak               |
| <b>31 z 38</b> czym jest influencer marketing                              | Weronika Łabuz | 29-03-2026            | 13:00               | 17:00               | 04:00         | Tak               |
| <b>32 z 38</b> modele współpracy i wycena działań                          | Weronika Łabuz | 11-04-2026            | 09:00               | 13:00               | 04:00         | Tak               |
| <b>33 z 38</b> tworzenie ofert współpracy i briefów                        | Weronika Łabuz | 11-04-2026            | 13:00               | 17:00               | 04:00         | Tak               |
| <b>34 z 38</b> budowanie marki osobistej i zasięgów                        | Weronika Łabuz | 25-04-2026            | 09:00               | 10:30               | 01:30         | Tak               |
| <b>35 z 38</b> planowanie strategii contentowej i harmonogramów publikacji | Weronika Łabuz | 25-04-2026            | 10:30               | 12:00               | 01:30         | Tak               |
| <b>36 z 38</b> podstawowe metryki i analiza wyników                        | Weronika Łabuz | 25-04-2026            | 12:00               | 13:30               | 01:30         | Tak               |

| Przedmiot / temat zajęć  | Prowadzący     | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin | Forma stacjonarna |
|--|----------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|-------------------|
| 37 z 38<br>przygotowanie portfolio social media                  | Weronika Łabuz | 25-04-2026            | 13:30               | 16:00               | 02:30         | Tak               |
| 38 z 38<br>Walidacja (test, obserwacja w warunkach symulowanych) | -              | 25-04-2026            | 16:00               | 16:45               | 00:45         | Tak               |

## Cennik

### Cennik

| Rodzaj ceny                               | Cena          |
|---|---------------|
| Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto | 10 170,00 PLN |
| Koszt przypadający na 1 uczestnika netto  | 10 170,00 PLN |
| Koszt osobogodziny brutto                 | 90,00 PLN     |
| Koszt osobogodziny netto                  | 90,00 PLN     |

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

### Weronika Łabuz

Weronika Łabuz to psycholog z wieloletnim doświadczeniem w obszarze social media, content creation, technologii ICT oraz marketingu. Specjalizuje się w budowaniu i kreowaniu wizerunku firm w Internecie oraz mediach społecznościowych, a także w sprzedaży i komunikacji online. Posiada szeroką wiedzę z zakresu social media, PR, public relations oraz psychologii mediów.

Jest aktywną uczestniczką licznych szkoleń z zakresu social media, sprzedaży bezpośredniej i marketingu, a jej pięcioletnie doświadczenie w branży marketingowej i social media pozwala skutecznie realizować projekty i kampanie reklamowe. Weronika współtworzyła wiele kampanii reklamowych oraz angażowała się w projekty informatyczne oparte na innowacyjnych rozwiązaniach biznesowych.

Jako trenerka przeprowadziła ponad 120 godzin szkoleń z zakresu social media i marketingu w ciągu ostatnich 24 miesięcy, prowadząc je z sukcesem dla osób dorosłych.

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnikom zostaną przekazane materiały szkoleniowe z opisem każdego modułu.

Materiały zgodne ze standardem WCAG 2.1

### Informacje dodatkowe

Zwolnienie 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 2020r., poz. 1983)

Uczestnicy usługi dokonując zapisu na usługę oświadczają, że usługa rozwojowa odbywa się poza godzinami pracy lub w dni wolne od pracy osoby biorącej udział w usłudze.

Organizator zapewnia dostępność osobom ze szczególnymi potrzebami podczas realizacji usług rozwojowych zgodnie z Ustawą z dnia 19 lipca 2019 r. o zapewnianiu dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami (Dz.U. 2022 poz. 2240) oraz „Standardami dostępności dla polityki spójności 2021-2027”.

**W przypadku potrzeby zapewnienia specjalnych udogodnień prosimy o kontakt pod numerem 500 026 554 lub mailem na [psulkowski@gmail.com](mailto:psulkowski@gmail.com) przed zapisem na usługę!**

## Warunki techniczne

Forma zdalna usługi. Szkolenie prowadzone jest za pośrednictwem platformy ZOOM.US.

1. W celu prawidłowego i pełnego korzystania z usługi, uczestnik powinien dysponować: urządzeniem mającym dostęp do sieci Internet (komputer, smartfon, tablet), zdolnym do odbioru dźwięku (głośniki, słuchawki), zdolnym do przekazywania dźwięku (mikrofon) w celu interakcji pomiędzy trenerem a uczestnikiem, przeglądarką Windows: IE 11+, Edge 12+, Firefox 27+, Chrome 30+, Mac: Safari 7+, Firefox 27+, Chrome 30+.

2. Minimalna wymagana szybkość połączenia internetowego w celu korzystania z webinarów wynosi 2 Mb/s (zalecane połączenie szerokopasmowe).

3. Dołączenie następuje poprzez kliknięcie w indywidualny link wysłany mailem do uczestnika przed analizą oraz wpisanie imienia i nazwiska.

Ważność linku - od rozpoczęcia szkolenia do jego zakończenia zgodnie z harmonogramem w karcie.

Warunki techniczne niezbędne do udziału w usłudze znajdują się pod tym linkiem: <https://support.zoom.us/hc/en-us/articles/201362023-System-Requirements-for-PC-Mac-and-Linux>

## Adres

Niwka 263  
33-130 Niwka  
woj. małopolskie

# Kontakt



**PIOTR SUŁKOWSKI**

**E-mail** [psulkowski@gmail.com](mailto:psulkowski@gmail.com)

**Telefon** (+48) 500 026 554