



DARTRADE Daria
Wrukowska

★★★★★ 5,0 / 5

622 oceny

Kurs zaawansowany " Specjalista ds. Kampanii Facebook ADS"

Numer usługi 2026/01/16/123645/3262844

📍 Szczecin / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 62 h

📅 13.03.2026 do 25.03.2026

6 000,00 PLN brutto

6 000,00 PLN netto

96,77 PLN brutto/h

96,77 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Sprzedaż

Grupa docelowa usługi

Dla kogo dedykowane jest szkolenie?

Dla wszystkich właścicieli przedsiębiorstw oraz ich pracowników, którzy chcą rozwijać swoje umiejętności z zakresu kompetencji cyfrowych oraz marketingu oraz którzy pragną zdobyć nowe umiejętności, planują się przebranżowić lub chcą doskonalić swoje umiejętności. Szkolenie dedykujemy osobom chcących podwyższyć swoje kwalifikacje i kompetencje zawodowe z własnej inicjatywy.

Minimalna liczba uczestników

5

Maksymalna liczba uczestników

15

Data zakończenia rekrutacji

12-03-2026

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

62

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje do samodzielnego projektowania przyjaznych użytkownikom grafik, oraz kampanii marketingowych, reklam z wykorzystaniem podejścia Design Thinking, a także z wykorzystaniem narzędzi

programowania typu Facebook Pixel. Dodatkowo usługa ma na celu przygotowanie uczestnika do samodzielnego posługiwania się narzędziami Facebooka.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Wiedza (W) – uczestnik po szkoleniu: Zna zaawansowane zasady funkcjonowania Facebooka jako kanału marketingowego oraz aktualne trendy, statystyki i standardy działań biznesowych. Rozumie strukturę i logikę działania Menedżera Firmy, w tym ustawienia kont reklamowych, zasobów, uprawnień i rozliczeń. Posiada wiedzę o strategiach targetowania i remarketingu, zna różnice pomiędzy grupami odbiorców (standardowe, niestandardowe, lookalike) i rozumie ich zastosowanie w lejku marketingowym. Zna zasady tworzenia kompleksowych strategii pozyskiwania klientów, w tym obsługi klienta i rozwiązywania sytuacji kryzysowych. Zna działanie piksela Facebooka, zdarzeń standardowych i niestandardowych oraz metody śledzenia konwersji (w tym API Conversions). Posiada wiedzę z zakresu projektowania kampanii reklamowych, tworzenia skutecznych kreacji, tekstów reklamowych oraz doboru odpowiednich formatów. Zna metody analizy i optymalizacji kampanii, rozumie znaczenie KPI (CTR, CPA, ROAS, częstotliwość, konwersje). Zna nowe podejścia do działań reklamowych, w tym reklamę wideo, kampanie zasięgowe, świadomościowe i strategię budowania obecności marki w mediach społecznościowych.	Uczestnik osiąga efekt, jeśli: Wyjaśnia zasady funkcjonowania Facebooka jako narzędzia marketingowego oraz potrafi omówić jego aktualne możliwości reklamowe. Wskazuje elementy Menedżera Firmy, opisuje ich funkcje i potrafi poprawnie określić, do czego służą dane ustawienia konta reklamowego. Charakteryzuje rodzaje grup odbiorców (niestandardowe, lookalike, remarketingowe) oraz potrafi wyjaśnić ich zastosowanie w różnych etapach lejka sprzedażowego. Rozpoznaje i opisuje strategie pozyskania klienta oraz zasady prowadzenia komunikacji z odbiorcami. Wyjaśnia działanie piksela Facebooka, zdarzeń oraz zasad monitorowania konwersji i atrybucji. Wskazuje elementy skutecznej reklamy, zna zasady tworzenia kreacji i pisanie tekstów reklamowych. Wyjaśnia kluczowe wskaźniki efektywności kampanii, potrafi opisać ich znaczenie dla optymalizacji. Omawia aktualne trendy reklamowe, w tym zastosowanie reklam wideo, kampanii zasięgowych i strategii świadomościowych.	Test teoretyczny

Cel biznesowy

Celem biznesowym szkolenia jest podniesienie efektywności działań marketingowych przedsiębiorstw poprzez rozwój zaawansowanych kompetencji uczestników w zakresie prowadzenia skutecznych kampanii reklamowych na Facebooku

oraz budowania profesjonalnej obecności marki w ekosystemie Meta (Facebook, Instagram, Messenger).

Szkolenie ma na celu umożliwienie uczestnikom zwiększenia sprzedaży, pozyskania nowych klientów oraz optymalizacji kosztów reklamy, poprzez wyposażenie ich w wiedzę i umiejętności pozwalające na:

Samodzielne planowanie i realizowanie kampanii nastawionych na cele biznesowe (m.in. sprzedaż, pozyskanie leadów, zwiększenie zasięgu, konwersje).

Skuteczne docieranie do właściwych grup odbiorców, w tym wykorzystanie remarketingu, grup niestandardowych oraz lookalike audiences.

Optymalne zarządzanie budżetem reklamowym, co prowadzi do obniżenia kosztów pozyskania klienta (CPA) oraz zwiększenia zwrotu z inwestycji (ROAS).

Budowanie trwałej obecności marki, zwiększanie rozpoznawalności oraz poprawę jakości obsługi klienta w social mediach.

Wzrost efektywności pracy zespołu, dzięki umiejętnościom analizy danych, podejmowania decyzji na podstawie wyników oraz tworzenia profesjonalnych kreacji reklamowych.

Efekt usługi

1. Przygotowanie techniczne (konfiguracja)

- ✓ Prawidłowo konfiguruje Menedżera Firmy, konto reklamowe oraz podstawowe ustawienia rozliczeniowe.
- ✓ Potrafi zainstalować i/lub zweryfikować poprawne działanie piksela Facebooka oraz zdarzeń konwersji.

2. Planowanie i budowa kampanii

- ✓ Poprawnie dobiera cel reklamowy adekwatny do zakładanego efektu biznesowego (zasięg, konwersje, sprzedaż, leady).
- ✓ Tworzy zestaw reklam z odpowiednio dobraną grupą odbiorców (zainteresowania, remarketing, lookalike).
- ✓ Poprawnie ustala budżet i harmonogram kampanii.

3. Tworzenie kreacji reklamowej

- ✓ Przygotowuje grafikę reklamową w programie Canva zgodnie z zasadami skutecznego projektowania (czytelność, CTA, kompozycja).
- ✓ Opracowuje tekst reklamowy zawierający: nagłówek, opis, wyróżnik oferty oraz wezwanie do działania.

4. Uruchomienie i analiza kampanii

- ✓ Uruchamia kampanię i potrafi ocenić jej pierwsze wyniki (CTR, CPC, CPA, ROAS, częstotliwość).
- ✓ Na podstawie danych wskazuje minimum **dwie konkretne propozycje optymalizacji** (np. zmiana grupy, kreacji, budżetu, celu).

5. Umiejętności strategiczne

- ✓ Potrafi zaplanować prosty lejek pozyskania klienta (np. video → remarketing → konwersja).
- ✓ Trafnie dobiera formaty reklamowe do celu biznesowego (video, grafika, post sponsorowany, kampania zasięgowa).

6. Umiejętności komunikacyjne i wizerunkowe

- ✓ Właściwie reaguje na przykładową sytuację kryzysową w komentarzach/postach.
- ✓ Tworzy poprawną, zgodną z wizerunkiem marki komunikację dla klienta w social mediach.

7. Walidacja formalna

- ✓ Zdaje test końcowy obejmujący zagadnienia techniczne i strategiczne.

- ✓ Oddaje przygotowaną kampanię demonstracyjną (kreacja + tekst + grupa odbiorców), ocenianą przez trenera.

Metoda potwierdzenia osiągnięcia efektu usługi

Stworzenie schematu reklamy oraz test wewnętrzny.

1. Zadanie praktyczne – stworzenie kampanii reklamowej

Uczestnik przygotowuje kompletną kampanię demonstracyjną w Menedżerze Reklam, obejmującą:

- konfigurację celu kampanii,
- dobór grupy odbiorców,
- przygotowanie kreacji (grafika + tekst),
- ustawienie budżetu i harmonogramu,
- uruchomienie zestawu reklam w środowisku testowym.
- **Ocena:** trener weryfikuje zgodność działań z założeniami i kryteriami efektywności.

2. Zadanie techniczne – piksel i zdarzenia

Uczestnik wykonuje (lub opisuje krok po kroku) prawidłową instalację piksela oraz sprawdza działanie zdarzeń.

Ocena: poprawność konfiguracji wg listy kontrolnej.

3. Analiza wyników kampanii

Uczestnik analizuje przedstawione wyniki kampanii (CTR, CPC, CPA, ROAS, częstotliwość).

Ocena: trafność interpretacji oraz zaproponowanych działań optymalizacyjnych (minimum 2).

Walidację przeprowadza Daria Wrukowska

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

Podane godziny są godzinami godzinowymi. Co oznacza, że każda podana godzina trwa 60 minut.

MODUŁ 1 – PROFESJONALNA OBECNOŚĆ MARKI NA FACEBOOKU

Zaawansowane budowanie obecności biznesowej

- Rola Facebooka w aktualnym ekosystemie marketingowym (statystyki, trendy, benchmarki).
- Projektowanie i konfiguracja profesjonalnej strony firmowej: architektura informacji, sekcje, integracje.
- Zaawansowane ustawienia fanpage'a: uprawnienia, moderacja, optymalizacja powiadomień, automatyzacje.
- Standardy komunikacji marki – tone of voice, content pillars, zarządzanie reputacją.
- Wprowadzenie do analityki strony: analityka natywna, wskaźniki dotarcia, zaangażowania i jakości odbiorców.

MODUŁ 2 – META BUSINESS SUITE / MENEDŻER FIRMY (POZIOM PRO)

Zaawansowana konfiguracja infrastruktury reklamowej

- Struktura konta: firma – zasoby – uprawnienia – dostęp administratorów.
- Konfiguracja kont reklamowych (płatności, limity, metody autoryzacji, role użytkowników).
- Bezpieczeństwo i kontrola dostępu: Menedżer Uprawnień, kontrola tożsamości.
- Ustawienia zdarzeń, źródeł danych i katalogów produktów.
- Pełny przegląd interfejsu z naciskiem na narzędzia zaawansowane (Event Manager, A/B Testing, Creative Hub).

MODUŁ 3 – REMARKETING I STRATEGIE TARGETOWANIA (ADVANCED PERFORMANCE)

Profesjonalne budowanie grup odbiorców

- Dogłębna analiza celów reklamowych i ich zastosowanie w lejku marketingowym.
- Budowa precyzyjnych grup odbiorców: demografia, zainteresowania, intencje zakupowe, lookalike audiences.
- Segmentacja remarketingowa z użyciem zachowań użytkowników (RFM, retencja, koszyki porzucone).
- Optymalizacja pod kątem konwersji: algorytm dostarczania, okna konwersji, learning phase.
- Projektowanie budżetów kampanii: day-parting, harmonogramy, kontrola kosztów.

MODUŁ 4 – CASE STUDY: POZYSKIWANIE KLIENTÓW W PRAKTYCE

Strategiczny proces dotarcia do klienta

- Zaawansowane zasady budowania lejka sprzedażowego w social mediach.
- Dobre praktyki budowania relacji z klientami poprzez content i reklamę.
- Facebook jako kanał obsługi klienta: automatyzacje, chatboty, szybkie reakcje.
- Zarządzanie sytuacjami kryzysowymi i moderacją trudnych komentarzy.
- Projektowanie strategii pozyskania klienta: od analizy potrzeb do wdrożenia kampanii.
- Analiza kilku case studies z różnych branż (e-commerce, usługi, lokalni przedsiębiorcy).

MODUŁ 5 – PIXEL FACEBOOKA I ZDARZENIA KONWERSJI

Techniczne podstawy zaawansowanej analityki

- Rola piksela Facebooka w procesie optymalizacji reklam.
- Instalacja i konfiguracja piksela na stronie oraz w CMS-ach (WordPress, Shopify, inne).
- Zdarzenia standardowe i niestandardowe – jak je definiować i testować.
- Budowa niestandardowych grup odbiorców opartych o aktywności użytkowników.
- Monitoring konwersji: atrybucja, modelowanie brakujących danych, integracje API konwersji.

MODUŁ 6 – KAMPANIE REKLAMOWE NA FACEBOOKU (MASTERCLASS)

Tworzenie kampanii skutecznych na poziomie PRO

- Dobór odpowiedniej kreacji: design, kompozycja, psychologia koloru, zasady wysokiej konwersji.
- Teksty reklamowe: formuły copywriterskie (AIDA, PAS, FAB, 4U), testowanie big ideas i USP.
- Dobór umiejscowień reklamowych, optymalizacja placementów i wykluczenia.
- Analiza wyników kampanii: KPI, CTR, CPA, ROAS, koszt konwersji, częstotliwość.
- Optymalizacja kampanii i zestawów reklam na podstawie danych.
- Jak unikać blokad, ograniczeń i błędów w algorytmie.

MODUŁ 7 – REKLAMA PRZYSZŁOŚCI W EKOSYSTEMIE META

Nowe trendy i nowoczesne strategie reklamowe

- Strategie wzrostu fanbase'u i zaangażowania społeczności.
- Kierowanie ruchu na zewnętrzne witryny + poprawa jakości kliknięć.
- Zaawansowane kampanie wideo: viral video, hook theory, retencja widza.

- Kampanie zasięgowe vs kampanie rozpoznawalności marki – różnice i zastosowania.
- Architektura nowoczesnego lejka social ads: awareness → engagement → conversion

Walidacja formalna - Daria Wrukowska

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 9

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 9 MODUŁ 1 – PROFESJONALNA OBECNOŚĆ MARKI NA FACEBOOKU	Martyna Kostrzewska	13-03-2026	08:00	16:00	08:00
2 z 9 MODUŁ 1 – PROFESJONALNA OBECNOŚĆ MARKI NA FACEBOOKU	Martyna Kostrzewska	14-03-2026	08:00	16:00	08:00
3 z 9 MODUŁ 2 – META BUSINESS SUITE / MENEDŻER FIRMY (POZIOM PRO)	Martyna Kostrzewska	15-03-2026	08:00	16:00	08:00
4 z 9 MODUŁ 5 – PIXEL FACEBOOKA I ZDARZENIA KONWERSJI	Martyna Kostrzewska	16-03-2026	08:00	16:00	08:00
5 z 9 MODUŁ 3 – REMARKETING I STRATEGIE TARGETOWANIA (ADVANCED PERFORMANCE)	Martyna Kostrzewska	18-03-2026	08:00	16:00	08:00
6 z 9 MODUŁ 4 – CASE STUDY: POZYSKIWANIE KLIENTÓW W PRAKTYCE	Martyna Kostrzewska	19-03-2026	09:00	16:00	07:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
7 z 9 MODUŁ 4 – CASE STUDY: POZYSKIWANIE KLIENTÓW W PRAKTYCE	Martyna Kostrzewska	20-03-2026	09:00	16:00	07:00
8 z 9 MODUŁ 6 – KAMPANIE REKLAMOWE NA FACEBOOKU (MASTERCLASS)	Martyna Kostrzewska	24-03-2026	09:00	13:00	04:00
9 z 9 MODUŁ 7 – REKLAMA PRZYSZŁOŚCI W EKOSYSTEMIE META	Martyna Kostrzewska	25-03-2026	09:00	13:00	04:00

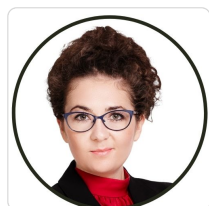
Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	6 000,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	6 000,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	96,77 PLN
Koszt osobogodziny netto	96,77 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Martyna Kostrzewska

Wykładowca Akademicki, doktorantka Wydziału Ekonomii, Finansów i Zarządzania Uniwersytetu Szczecińskiego. Doświadczenie zawodowe zdobywała w Chinach oraz w Niemczech, pracując w międzynarodowych korporacjach e-commerce. Występowała na licznych konferencjach w Stanach Zjednoczonych. Naukowo interesuje się zagadnieniami związanymi z Social Media marketingiem, budowaniem relacji z klientem poprzez media społecznościowe oraz e-commerce.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Informacje przekazywane są na żywo podczas treningu stacjonarnego. Podczas prowadzenia szkolenia będzie przedstawiona prezentacja i oraz ćwiczenia praktyczne. Trener prezentuje strategie oraz możliwości pozyskania klientów przy użyciu Facebooka. Każdy kursant otrzymuje materiały pdf oraz filmy video i dostęp do platformy szkoleniowej do których może powracać po szkoleniu.

Link do platformy online: <https://martynakostrzewska.pl/kurs/1147/kurs-online-facebook-w-biznesie>

Link do materiałów video:

1) <https://www.youtube.com/watch?v=NmNPUULMzAA>

2) <https://www.youtube.com/watch?v=z5847XkA-xk>

3) <https://www.youtube.com/watch?v=jPRbnNUk6JE>

4) <https://www.youtube.com/watch?v=LuQUzgkvV48>

Informacje dodatkowe

Więcej informacji o nas na stronie

www.nowepokolenie-mk.pl

Adres

Szczecin 46/340

70-500 Szczecin

woj. zachodniopomorskie

Obiekt Hanza Tower Apartamenty, znajdujący się w centrum miejscowości Szczecin, oferuje kryty basen, saunę oraz różne opcje zakwaterowania, w których zapewniono klimatyzację i bezpłatne Wi-Fi. Odległość ważnych miejsc od obiektu: Uniwersytet Szczeciński – niecały kilometr.

We wszystkich opcjach zakwaterowania zapewniono część wypoczynkową z rozkładaną sofą oraz aneks kuchenny z pełnym wyposażeniem, w tym lodówką, zmywarką i płytą kuchenną.

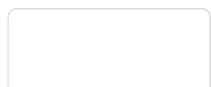
4-gwiazdkowy obiekt Hanza Tower Apartamenty oferuje wannę z hydromasażem i taras.

W pobliżu obiektu Hanza Tower Apartamenty znajdują się liczne atrakcje, takie jak Wały Chrobrego, Akademia Morska w Szczecinie i Baszta Panieńska. Najbliższe lotnisko, Lotnisko Szczecin-Goleniów, znajduje się 46 km od obiektu Hanza Tower Apartamenty.

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Daria Wrukowska



E-mail dariawrukowska@gmail.com

Telefon (+48) 667 308 211