



Social Media w Komunikacji Marketingowej Firmy

Numer usługi 2026/01/22/5456/3277039

225,00 PLN brutto
225,00 PLN netto
16,07 PLN brutto/h
16,07 PLN netto/h

Gdańska Fundacja

Kształcenia

Menedżerów

★★★★★ 4,8 / 5

82 oceny

📍 Gdańsk / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 14 h

📅 16.03.2026 do 17.03.2026

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Grupa docelowa usługi	Szkolenie przeznaczone jest dla osób odpowiedzialnych za zarządzanie, koordynację bądź bezpośrednią komunikację firmy poprzez portale społecznościowe w Internecie.
Minimalna liczba uczestników	1
Maksymalna liczba uczestników	25
Data zakończenia rekrutacji	15-03-2026
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	14
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

Celem edukacyjnym jest rozwój praktycznych umiejętności planowania i prowadzenia komunikacji marketingowej w mediach społecznościowych, tak aby świadomie dobierać kanały, tworzyć spójny content, realizować cele komunikacyjne oraz bezpiecznie i efektywnie zarządzać działaniami organicznymi i reklamowymi.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Wiedza: Zna zasady komunikacji marketingowej w mediach społecznościowych oraz specyfikę kluczowych platform (Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube).	Identyfikuje różnice między kanałami, rozpoznaje podstawowe mechanizmy zasięgu/algorytmów i wskazuje elementy obowiązkowe skutecznej komunikacji.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Umiejętności: Planuje komunikację w social media w oparciu o cele i potrzeby odbiorców oraz dobiera adekwatne narzędzia i formaty treści.	Dobiera kanały do celu i grupy docelowej, wskazuje właściwe formaty treści, określa zasoby/budżet oraz proponuje spójną strukturę działań (content + reklama).	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Kompetencje społeczne: Odpowiedzialnie prowadzi komunikację z odbiorcami i dba o standardy oraz bezpieczeństwo wizerunkowe organizacji.	Wskazuje właściwy ton i zasady komunikacji dwukierunkowej, rozpoznaje ryzyka (np. trolling, działania zakazane) i wybiera poprawne reakcje w sytuacjach problemowych.	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

WPROWADZENIE

- Co rozumiemy przez media społecznościowe, czyli zacierające się różnice pomiędzy mediami
- Zasięg globalny – do kogo docieramy
- Fakty i mity

SOCIAL MEDIA VS WWW

- Plusy i minusy komunikacji przez media społecznościowe i własny serwis www

- Jak i czy trzeba wybierać pomiędzy www a serwisem społecznościowym

IDENTYFIKACJA CELU KOMUNIKACJI

- Cel organizacji a cel komunikacji
- Wybór celu

PLANOWANIE KOMUNIKACJI

- Przełożenie celu na strategię komunikacji
- Content czyli co i jak publikować
- Zasoby potrzebne do prowadzenie skutecznej komunikacji
- Budżet – ile to kosztuje?
- Media – jakie media wybrać i dlaczego

FACEBOOK

- Wszystko co powinniście wiedzieć o Facebooku
- Elementy obowiązkowe komunikacji Twojej firmy
- Zasięg i Edge Rank – jak działają algorytmy facebooka
- Content (co publikować, jak publikować i czego unikać)
- Komunikacja dwukierunkowa (ton, forma, komentarze, czas)
- Zjawisko trollingu – czy i jak sobie z nim radzić
- Czas i częstotliwość – kiedy i jak często komunikować się ze swoją bazą klientów
- Specyfikacje grafik
- Reklama na portalu

INSTAGRAM

- Wszystko co powinniście wiedzieć o Instagramie
- Elementy obowiązkowe komunikacji Twojej firmy
- Zasięg – do kogo dotrze nasz komunikat?
- Content (co publikować, jak publikować i czego unikać)
- Reklama na Instagramie

YOUTUBE

- Wszystko co powinniście wiedzieć o Youtube
- Kanał firmowy – funkcje i możliwości
- Zasięg – do kogo dotrą nasze video
- Content (co publikować, jak publikować i czego unikać)
- Reklama na YouTube

LINKEDIN

- Wszystko co powinniście wiedzieć o LinkedIn
- Możliwości komunikacyjne na portalu
- Employer branding – kreowanie wizerunku pracodawcy
- Personal branding – kreowanie wizerunku własnego
- Reklama na LinkedIn
- Slideshare – dzielenie się wiedzą

PODSUMOWANIE I WNIOSKI

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 10

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 10 Wprowadzenie	Andrzej Żurawik	16-03-2026	08:30	10:00	01:30
2 z 10 Social media vs www	Andrzej Żurawik	16-03-2026	10:00	12:00	02:00
3 z 10 Identyfikacja celu komunikacji	Andrzej Żurawik	16-03-2026	12:00	13:30	01:30
4 z 10 Planowanie komunikacji	Andrzej Żurawik	16-03-2026	13:30	14:45	01:15
5 z 10 Facebook	Andrzej Żurawik	16-03-2026	14:45	15:30	00:45
6 z 10 Instagram	Andrzej Żurawik	17-03-2026	08:30	10:00	01:30
7 z 10 Youtube	Andrzej Żurawik	17-03-2026	10:00	12:30	02:30
8 z 10 Linkedin	Andrzej Żurawik	17-03-2026	12:30	14:00	01:30
9 z 10 Podsumowanie i wnioski	Andrzej Żurawik	17-03-2026	14:00	15:10	01:10
10 z 10 Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie	Andrzej Żurawik	17-03-2026	15:10	15:30	00:20

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	225,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	225,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	16,07 PLN
Koszt osobogodziny netto	16,07 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Andrzej Żurawik

Specjalizuje się w komunikacji marketingowej w Internecie. Jest przedsiębiorcą. Od 11 lat jego firma marketingowa prowadzi komunikację dla wielu znaczących marek oraz biznes usługowy w branży motoryzacyjnej. Silne podstawy teoretyczne łączy zatem z wieloletnim doświadczeniem praktycznym.

Marketing odziedziczył w genach ponieważ wywodzi się z rodziny Profesorów tej specjalizacji. Jest Absolwentem Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Gdańskiego, specjalności marketing oraz studiów menedżerskich Executive Master of Business Administration Gdańskiej Fundacji Kształcenia Menedżerów.

Pracował dla takich firm jak VECTRA, AXN, TLC, GALEON, MEYN, LPP i wiele innych dzięki czemu zyskał szerokie doświadczenie w takich branżach jak telekomunikacja, tv, dobra luksusowe, produkcja i usługi. Dzięki temu do dzisiaj świadczy wysokiej jakości usługi marketingowe dla swoich Klientów oraz szkoli i pozyskuje ich kadry mające za zadanie zarządzać lub operacyjnie zajmować się obszarami marketingu w swoich firmach.

Na swoich szkoleniach duży nacisk kładzie na praktyczny aspekt komunikacji i pracę z codziennymi problemami swoich słuchaczy. Aktywna forma prowadzenia zajęć ma na celu wypuszczenie słuchacza z praktyczną wiedzą i inspiracją do natychmiastowego wdrożenia w swojej codziennej pracy.

W ostatnich 24 miesiącach licząc wstecz od dnia rozpoczęcia usługi pan Andrzej Żurawik przeprowadził 140 godzin szkoleniowych w podobnej tematyce.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy szkolenia otrzymują komplet materiałów szkoleniowych, które zawierają materiały:

- warsztatowe (arkusze pracy, opisy ćwiczeń, testy)
- opisowe (zawierające niezbędną wiedzę teoretyczną)

Informacje dodatkowe

Szkolenie jest zwolnione z VAT, jeśli jest finansowane w co najmniej 70% ze środków publicznych.

Prowadzącym zajęcia jest trener i konsultant klasy międzynarodowej o dużym doświadczeniu i praktyce w przemyśle, przeszkolony przez specjalistów zachodnich w zakresie nowoczesnych metod dydaktycznych.

W przypadku zajęć trwających powyżej 4 godzin uczestnikowi przysługuje przerwa 15 minut.

Adres

al. Grunwaldzka 472

80-309 Gdańsk

woj. pomorskie

Kontakt



Jolanta Jagłowska

E-mail j.jaglowska@gfkm.pl

Telefon (+48) 602 213 590