



Influencer marketing - Komunikowanie wizerunku marki przy pomocy liderów opinii - szkolenie

Numer usługi 2026/01/27/161607/3287682

2 214,00 PLN brutto
1 800,00 PLN netto
221,40 PLN brutto/h
180,00 PLN netto/h

Interactive

Advertising Institute
Sp. z o.o.

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

★★★★★ 4,6 / 5

🕒 10 h

87 ocen

📅 01.06.2026 do 02.06.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Szkolenie adresujemy do:

- marketerów, którzy nie mają doświadczenia we współpracy z influencerami
- pracowników agencji reklamowych odpowiedzialnych za komunikację marek, którzy planują rozpocząć współpracę z influencerami
- kadry zarządzającej, która planuje strategię komunikacji z wykorzystaniem współpracy z influencerami
- właścicieli MSP, którzy chcą poznać zagadnienia współpracy z influencerami

Usługa jest również adresowana do uczestników projektów:

- Kierunek Kariera Zawodowa,
- Kierunek – Rozwój.
- Małopolski pociąg do kariery
- oraz uczestników innych projektów i osób indywidualnych

Minimalna liczba uczestników

4

Maksymalna liczba uczestników

15

Data zakończenia rekrutacji

29-05-2026

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

Liczba godzin usługi

10

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Znak Jakości Małopolskich Standardów Usług Edukacyjno-Szkoleniowych (MSUES) - wersja 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje do samodzielnego nawiązywania współpracy z influencerami do prowadzenia komunikacji marki, przy równoczesnym przestrzeganiu wytycznych i regulacji prawnych, a także norm etycznych związanych z publikowaniem treści.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
posługuje się wiedzą i umiejętnościami z zakresu prowadzenia działań marketingowych z wykorzystaniem influencerów	opracowuje brief kampanii marketingowej bazującej na influencerach i tworzy interesującą i angażującą dla odbiorcy treść.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	kształtuje zasady współpracy z influencerami zapewniające autentyczność (znajomość produktu), powtarzalność (identyfikacja z konkretną marką), otwartość i elastyczność (wykorzystywanie nowych form i pomysłów), przyzwyczajenie (rytm prezentowania treści przez konkretnego influencera).	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Określa kryteria doboru influencera zgodnie z celami kampanii w zakresie zasięgu, relacji z marką, wartości dla odbiorców, tematyki, preferowanego formatu treści, platformy komunikacji i motywacji.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Rekomenduje influencerów i formalizując z nimi współpracę przestrzega wytycznych i regulacji prawnych, w szczególności w zakresie promocji niektórych produktów oraz ochrony praw konsumentów, a także norm etycznych związanych z publikowaniem treści o charakterze sprzecznym z ogólnie przyjętymi normami społecznymi, w tym promujących zachowania mogące zagrażać zdrowiu lub życiu.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Definiuje wskaźniki efektywności kampanii, monitoruje i raportuje ich realizację, a także wskazuje możliwości ich optymalizacji.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Kompetencje społeczne: rozwija umiejętności komunikacyjne w kontekście pracy z influencerem	Monitoruje sposób pracy influencera oraz publikowane treści, w szczególności w zakresie przestrzegania norm prawnych i etycznych.	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

MODUŁ 1 - Wprowadzenie - 30 min. (teoria)

1. Konsumpcja mediów w Polsce - najważniejsze zmiany, trendy i wynikające z nich implikacje
2. Fenomen influencerów – co wiemy o influencerach i ich fanach z danych i badań, udział influencerów w kulturze i życiu publicznym, ekonomia twórców

MODUŁ 2 - Warsztat Dobór influencerów do współpracy (cele, najważniejsze zmienne, najczęstsze błędy) - 2 godz. (praktyka)

1. definicja i "składowe" influencera - co odróżnia influencerów od innych "narzędzi" marketingowych
 2. dobór wizerunku influencera do celu, marki i grupy docelowej, typologia wizerunków twórców
 3. zasięg w influencer marketingu - największe mity i najczęstsze błędy związane z pomiarem popularności influencerów, kluczowe zmienne, różnice pomiędzy platformami, fan base vs zasięg, dobór
 4. content - rodzaje i formaty treści tworzonych przez influencerów, dobór do celu
- działania cross-platformowe: YouTube, Instagram, TikTok i Twitch
 - różnice pomiędzy platformami, różne funkcjonalności i świadczenia
 - różnice pomiędzy kategoriami i tematami wśród twórców, różne cele
 - różnice pomiędzy formatami treści a efektywność kampanii

MODUŁ 3 - najważniejsze narzędzia, prawo i dokumenty - 1 godz. (teoria)

- research – gdzie i jak szukać influencerów
- weryfikacja - jak weryfikować dane i statystyki

- brief influencerski - najważniejsze kwestie i specyficzne elementy
- umowa z influencerem - kluczowe elementy unikalne dla tego typu umów
- polityki dos&dont's - podstawy długoterminowych współprac i dużych realizacji
- influencer marketing a prawo (samoregulacja branży, wytyczne UOKiK, regulacje KRRiIT, Kodeks KER)
- zbiór KPI: co i w jaki sposób mierzyć
- proces współpracy z influencerem krok po kroku

MODUŁ 4 - Warsztat Ewolucja influencer marketingu - 3 godz. (praktyka)

- metaverse marketing, influencer mix, kanał i subformat, zasięg organiczny + płatny,
- ewolucja influencer marketingu (od lokowań, przez co-branding, po wspólne biznesy)
- nadchodzące trendy w influencer marketingu (ekonomia twórców, vTubers, live commerce i więcej)

MODUŁ 5 – Podsumowanie 50 min. (teoria)

- najczęstsze błędy
- checklista
- Q&A

Uczestnicy poznają przykłady prawidłowych i nieprawidłowych działań w zakresie influencer marketingu wraz z omówieniem ich skuteczności i efektywności.

Warunki niezbędne do spełnienia przez uczestników usługi, aby realizacja usługi pozwoliła na osiągnięcie głównego celu: usługa/szkolenie nie wymaga od uczestników znajomości tematu z obszaru e-marketingu, aktywność na zajęciach, minimalny poziom frekwencji - 100%.

Harmonogram nie uwzględnia przerwy w usłudze (max. 10 min), ale trener odpowiednio wydłuża zajęcia jeśli stosuje przerwy.

Godzina szkoleniowa = 45 min.

Szkolenie adresujemy do:

- marketerów, którzy nie mają doświadczenia we współpracy z influencerami
- pracowników agencji reklamowych odpowiedzialnych za komunikację marek, którzy planują rozpocząć współpracę z influencerami
- kadry zarządzającej, która planuje strategię komunikacji z wykorzystaniem współpracy z influencerami
- właścicieli MSP, którzy chcą poznać zagadnienia współpracy z influencerami

W trakcie usługi trener będzie prowadził szkolenie z wykorzystaniem:

- teoria oparta o dane, metaanalizy i najlepsze praktyki
- adaptacja teorii do realnych кейsów rynkowych
- analizy studiów przypadków
- ćwiczenia praktyczne (odpowiedź na brief)
- dyskusja

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 6

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 6 Wprowadzenie - rozmowa na żywo	Kamil Bolek	01-06-2026	09:30	10:00	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
2 z 6 Warsztat Dobór influencerów do współpracy (cele, najważniejsze zmienne, najczęstsze błędy) ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu	Kamil Bolek	01-06-2026	10:00	12:00	02:00
3 z 6 Najważniejsze narzędzia, prawo i dokumenty rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu	Kamil Bolek	01-06-2026	12:00	13:00	01:00
4 z 6 Warsztat Ewolucja influencer marketingu ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu	Kamil Bolek	02-06-2026	09:30	12:30	03:00
5 z 6 Podsumowanie rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu	Kamil Bolek	02-06-2026	12:30	13:20	00:50
6 z 6 Walidacja - test	-	02-06-2026	13:20	13:30	00:10

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	2 214,00 PLN

Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 800,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	221,40 PLN
Koszt osobogodziny netto	180,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Kamil Bolek

CMO i członek zarządu grupy LTTM (LifeTube, TalentMedia, Gameset) największej w regionie CEE agencji influencer marketingu i sieci partnerskiej dla twórców internetowych. Ekspert w zakresie wykorzystania YouTube i influencerów w komunikacji marki. Arbiter Komisji Etyki Reklamy, juror konkursów branżowych. Z wykształcenia psycholog i PR-owiec przekładający swoją wiedzę na działania w marketingu od 2012 roku. Zafascynowany zmianami w konsumpcji mediów, naukami o komunikowaniu i podejmowaniu decyzji. Wielokrotnie nagradzany prelegent konferencji branżowych, autor artykułów eksperckich, szkoleniowiec i wykładowca wielu uczelni na studiach podyplomowych (w tym studiów MBA). Co roku występuje na kilkudziesięciu konferencjach, przeprowadza szkolenia i warsztaty w agencjach, domach mediowych i działach marketingu największych marek w Polsce. Wykształcenie wyższe. Ponad 300 godz. prowadzenia szkoleń z tematyki szkolenia. Ostatnie 5 lat aktywnie działa w branży marketingowej.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymują:

- materiały autorskie, opracowane przez trenera, udostępniane uczestnikom drogą online, w formacie pdf.
- prezentację materiałów z internetu (serwisy www, infografiki, materiały multimedialne, filmy)
- bazę wiedzy: linki do serwisów i portali
- case study (najciekawsze przykłady z doświadczenia szkoleniowca)
- linki do publikacji branżowych IAB Polska

Uczestnicy otrzymają zaświadczenie o ukończeniu szkolenia, pod warunkiem min. 100% frekwencji.

Warunki uczestnictwa

Przed zapisaniem się proszę o kontakt szkolenia@dimaq.eu w celu potwierdzenia terminu i dostępności miejsc dla Uczestników.

Warunkiem uczestnictwa z dofinansowaniem jest rejestracja i założenie konta w BUR, dokonanie zapisu na szkolenie za pośrednictwem BUR oraz spełnienie wszystkich warunków określonych przez Operatora.

Informacje dodatkowe

Usługa szkoleniowa (nie dotyczy doradztwa) jest zwolniona z podatku VAT w przypadku, kiedy przedsiębiorstwo zwolnione jest z podatku VAT lub dofinansowanie wynosi co najmniej 70%. W innej sytuacji do ceny netto doliczany jest podatek VAT w wysokości 23%.

Warunki techniczne

- Szkolenie będzie dostępne na platformie TEAMS. Każdy z uczestników dostanie link do szkolenia.
- Minimalne wymagania sprzętowe, jakie musi spełniać komputer Uczestnika lub inne urządzenie do zdalnej komunikacji - system operacyjnych Windows, macOS i Linux, zalecany: procesor dwurdzeniowy o taktowaniu co najmniej 2 Ghz (Intel i3/i5/i7 lub ekwiwalent AMD), pamięć RAM - 4 Gb
- Minimalne wymagania dotyczące parametrów łącza sieciowego, jakim musi dysponować Uczestnik: dla audio 256 kb/s, Video w wersji HD – 4Mb/s – to są parametry górne graniczne.
- System dopasowuje się do łącza i działa na każdym dostępnym parametrach.
- Podczas zajęć konieczne jest zastosowanie kamery i mikrofonu.
- Link umożliwiający uczestnictwo w spotkaniu on-line będzie aktywny przez cały okres trwania kursu.
- Podstawą do rozliczenia usługi jest wygenerowanie z systemu raportu, umożliwiającego identyfikację wszystkich uczestników oraz zastosowanego narzędzia.

Kontakt



PATRYCJA DĄBEK

E-mail p.dabek@dimaq.eu

Telefon (+48) 504 451 512