



INSTYTUT
ROZWOJU I NAUKI
SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚ
CIĄ

★★★★★ 4,9 / 5

747 ocen

Specjalista ds. mediów społecznościowych – strategie, AI i kampanie płatne (poziom zaawansowany)

Numer usługi 2026/01/27/160205/3287705

7 200,00 PLN brutto

7 200,00 PLN netto

184,62 PLN brutto/h

184,62 PLN netto/h

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 39 h

📅 16.03.2026 do 31.03.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Szkolenie skierowane jest do:

- specjalistów ds. marketingu i mediów społecznościowych,
- osób pracujących w działach marketingu, PR i komunikacji,
- przedsiębiorców i właścicieli firm samodzielnie prowadzących działania w social mediach,
- osób posiadających podstawową wiedzę i doświadczenie w obsłudze mediów społecznościowych, które chcą rozwinąć kompetencje na poziomie zaawansowanym.

Minimalna liczba uczestników

3

Maksymalna liczba uczestników

20

Data zakończenia rekrutacji

15-03-2026

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

Liczba godzin usługi

39

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 szkolenia jest rozwinięcie zaawansowanych kompetencji w zakresie strategicznego planowania, realizacji i optymalizacji działań marketingowych w mediach społecznościowych. Uczestnicy zdobędą umiejętności analizy potrzeb biznesowych, tworzenia skutecznych strategii social media, prowadzenia kampanii organicznych i płatnych, zarządzania komunikacją z odbiorcami oraz analizowania efektywności działań, z uwzględnieniem wykorzystania narzędzi sztucznej inteligencji.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
--------------------	----------------------	------------------

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Wiedza Uczestnik: zna zasady tworzenia i wdrażania strategii social media, posiada wiedzę na temat algorytmów i mechanizmów działania platform społecznościowych, zna metody analizy efektywności działań marketingowych w social mediach, rozumie możliwości i ograniczenia wykorzystania sztucznej inteligencji w marketingu. Umiejętności Uczestnik potrafi: analizować potrzeby biznesowe i przekładać je na strategię działań w social mediach, planować i realizować działania organiczne oraz kampanie płatne, tworzyć i optymalizować treści z wykorzystaniem narzędzi AI, prowadzić obsługę klienta i zarządzać sytuacjami kryzysowymi, sporządzać analizy i raporty skuteczności kampanii, planować i realizować współpracę z influencerami. Kompetencje społeczne Uczestnik: jest gotowy do samodzielnego i odpowiedzialnego planowania działań w mediach społecznościowych, potrafi współpracować z zespołem oraz partnerami zewnętrznymi, świadomie reaguje na zmiany i sytuacje kryzysowe w komunikacji online, dąży do ciągłego rozwoju kompetencji w obszarze marketingu cyfrowego.	test wiedzy oceniający zdobyta wiedzę	Test teoretyczny Wywiad swobodny
	ocena umiejętności praktycznego wykorzystania zdobytej wiedzy	Wywiad swobodny

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. Analiza potrzeb biznesowych i strategia działań w social mediach

- Identyfikacja celów biznesowych i marketingowych
- Analiza grup docelowych i customer journey
- Dobór kanałów i formatów komunikacji
- Tworzenie spójnej strategii obecności marki w social mediach

Moduł 2. Strategia działań w social mediach – część II. Zasięgi organiczne

- Algorytmy platform społecznościowych – aktualne trendy
- Budowanie zaangażowania i społeczności
- Planowanie i harmonogramowanie treści
- Optymalizacja treści pod kątem zasięgów organicznych

Moduł 3. Platformy społecznościowe

- Facebook – zaawansowane funkcje i formaty
- Instagram – Reels, Stories, feed i strategię wzrostu
- TikTok – tworzenie treści i budowanie zasięgów
- YouTube – strategia wideo i rozwój kanału

Moduł 4. Obsługa klienta w mediach społecznościowych

- Standardy komunikacji z klientem online
- Dobre praktyki moderacji komentarzy i wiadomości
- Budowanie pozytywnego wizerunku marki
- Zarządzanie kryzysami w social mediach

Moduł 5. Wykorzystanie sztucznej inteligencji w tworzeniu contentu

- Narzędzia AI wspierające tworzenie treści
- Automatyzacja procesów contentowych
- Tworzenie grafik, wideo i tekstów przy użyciu AI
- Etyka i bezpieczeństwo w korzystaniu z AI

Moduł 6. Analiza i raportowanie efektywności działań

- Kluczowe wskaźniki efektywności (KPI)
- Analiza wyników kampanii organicznych i płatnych
- Tworzenie raportów i rekomendacji
- Optymalizacja działań na podstawie danych

Moduł 7. Współpraca z influencerami

- Dobór influencerów do celów marki
- Modele współpracy i rozliczeń
- Planowanie kampanii influencerskich
- Analiza efektów współpracy

Moduł 8. Kampanie płatne w mediach społecznościowych

- Formaty reklamowe na poszczególnych platformach
- Tworzenie strategii kampanii płatnych
- Targetowanie i optymalizacja reklam
- Integracja kampanii płatnych z działaniami organicznymi

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 9

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 9 Strategia i analiza obecności marki w social mediach	Marta Zakrzewska	16-03-2026	17:00	20:45	03:45
2 z 9 Zasięgi organiczne i budowanie społeczności w social mediach	Marta Zakrzewska	17-03-2026	17:00	20:45	03:45
3 z 9 Platformy społecznościowe : strategię i praktyczne działania cz.1	Marta Zakrzewska	18-03-2026	17:00	20:45	03:45
4 z 9 Platformy społecznościowe : strategię i praktyczne działania cz.2	Marta Zakrzewska	19-03-2026	17:00	20:45	03:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
5 z 9 Obsługa klienta i budowanie wizerunku marki w social mediach	Marta Zakrzewska	23-03-2026	17:00	20:45	03:45
6 z 9 Sztuczna inteligencja w tworzeniu contentu i automatyzacji social media	Marta Zakrzewska	25-03-2026	17:00	20:45	03:45
7 z 9 Analiza, raportowanie i optymalizacja działań w social mediach	Marta Zakrzewska	30-03-2026	17:00	20:45	03:45
8 z 9 Kampanie płatne w social mediach: strategie, targetowanie i optymalizacja	Marta Zakrzewska	31-03-2026	17:00	19:50	02:50
9 z 9 Walidacja	-	31-03-2026	19:50	20:00	00:10

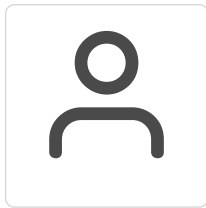
Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	7 200,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	7 200,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	184,62 PLN
Koszt osobogodziny netto	184,62 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Marta Zakrzewska

Jestem twórczynią treści z ponad czteroletnim doświadczeniem w prowadzeniu własnego konta, które osiągnęło duże sukcesy - obecnie obserwuje mnie ponad 40 000 osób. Stworzyłam kilkadziesiąt viralowych materiałów i na co dzień opiekuję się social mediami kilkunastu firm, realizując wszystkie treści od A do Z. Jestem absolwentką profesjonalnego kursu fotograficznego i kursu tworzenia kontentu, a w ciągu swojej kariery zrealizowałam współpracę z ponad 400 markami z całego świata.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały szkoleniowe w formie pdf w wersji elektronicznej na podany adres email uczestnicy szkolenia mogą otrzymać po zgłoszeniu chęci ich otrzymania usługodawcy

Warunki uczestnictwa

Warunkiem uczestnictwa jest zarejestrowanie się i założenie konta w Bazie Usług Rozwojowych oraz zapisanie się na szkolenie za pośrednictwem Bazy.

Informacje dodatkowe

Zajęcia będą realizowane w oparciu o miarę godziny lekcyjnej wynoszącej 45 min. Zajęcia będą realizowane w oparciu o miarę godziny lekcyjnej wynoszącej 45 min. Szkolenie będzie realizowane w formie zdalnej na platformie Jitsi Meet. W zależności od czasu, potrzeb będą wykorzystywane różne elementy: ćwiczenia, testy, ankiety.

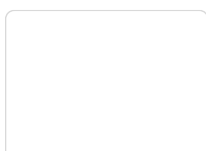
Warunki techniczne

Zajęcia odbywać będą się zdalnie w czasie rzeczywistym na platformie Jitsi Meet.

Procesor jednordzeniowy 1 GB lub szybszy Pamięć RAM 1 GB lub większa

: wymagane jest połączenie internetowe przewodowe lub bezprzewodowe (3G, 4G, LTE) o następujących parametrach: - dla transmisji wideo w jakości HD 720p minimalna przepustowość łącza internetowego wynosi: 1.5Mbps/1.5Mbps (wysyłanie/odbieranie). - dla transmisji wideo w jakości FullHD 1080p minimalna przepustowość łącza internetowego wynosi: 3Mbps/3Mbps (wysyłanie/odbieranie). Oprogramowanie: Urządzenie może ale nie musi mieć zainstalowanej aplikacji Jitsi Meet. Może działać poprzez stronę internetową: <https://meet.jit.si/> System operacyjny: Urządzenie musi działać pod kontrolą jednego z systemów operacyjnych obsługiwany przez komunikator zoom: Android OS 4.0x lub nowszy macOS X 10.7 lub nowszy IOS 7.0 lub nowszy iPadOS 13 lub nowszy Windows 10 Home, Pro, lub Enterprise (Wersja "S" nie jest obsługiwana) Windows 8 or 8.1 Windows 7 Windows Vista with SP1 lub nowszy Windows XP with SP3 lub nowszy Ubuntu 12.04 lub nowszy Mint 17.1 lub nowszy Red Hat Enterprise Linux 6.4 lub nowszy Oracle Linux 6.4 lub nowszy CentOS 6.4 lub nowszy A Fedora 21 lub nowszy OpenSUSE 13.2 lub nowszy ArchLinux (tylko 64-bitowy)

Kontakt



PATRYCJA CHABA

E-mail patrycja.chaba@irin.pl



Telefon (+48) 453 049 912