



CENTRUM
SZKOLENIOWE
GIELAR SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚ
CIĄ

★★★★★ 5,0 / 5

167 ocen

Social Media jako narzędzie wejścia i rozwoju na rynkach międzynarodowych

Numer usługi 2026/02/03/142611/3303055

📍 Świdnica / stacjonarna

🏢 Usługa szkoleniowa

🕒 80 h

📅 06.03.2026 do 29.03.2026

14 200,00 PLN brutto

14 200,00 PLN netto

177,50 PLN brutto/h

177,50 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Szkolenie skierowane jest do:

- właścicieli firm, kadry zarządzającej oraz pracowników mikro, małych i średnich przedsiębiorstw planujących lub realizujących ekspansję na rynki zagraniczne,
- specjalistów ds. marketingu, komunikacji i sprzedaży,
- Social Media Managerów, marketing managerów oraz osób odpowiedzialnych za promocję marek na rynkach międzynarodowych,
- startupów i firm eksportowych,
- osób planujących rozwój kompetencji w zakresie międzynarodowego marketingu cyfrowego.

Szkolenie przeznaczone jest dla osób posiadających podstawową wiedzę z zakresu marketingu lub social media, które chcą rozwinąć kompetencje w obszarze wykorzystania mediów społecznościowych w procesie internacjonalizacji biznesu.

Minimalna liczba uczestników

1

Maksymalna liczba uczestników

7

Data zakończenia rekrutacji

05-03-2026

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

80

Cel

Cel edukacyjny

Celem głównym szkolenia jest rozwój kompetencji uczestników w zakresie strategicznego i operacyjnego wykorzystania mediów społecznościowych jako narzędzia wejścia, promocji i rozwoju działalności firmy na rynkach międzynarodowych, z uwzględnieniem różnic kulturowych, komunikacyjnych i biznesowych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
wykorzystuje media społecznościowe jako narzędzia wejścia i rozwoju działalności przedsiębiorstwa na rynkach międzynarodowych, z uwzględnieniem specyfiki wybranych rynków, różnic kulturowych oraz strategii komunikacji marketingowej.	poprawnie definiuje podstawowe pojęcia związane z międzynarodowym marketingiem w social media (np. lokalizacja treści, internacjonalizacja, KPI)	Obserwacja w warunkach symulowanych
	wskazuje różnice pomiędzy komunikacją lokalną a międzynarodową w mediach społecznościowych,	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	rozpoznaje specyfikę wybranych rynków zagranicznych w kontekście doboru platform social media,	Debata swobodna
	identyfikuje podstawowe cele biznesowe i marketingowe działań social media na rynkach zagranicznych	Debata swobodna
planuje i przygotowuje podstawowy plan działań w mediach społecznościowych dla wybranego rynku zagranicznego, uwzględniając cele, grupę docelową, kanały komunikacji, treści oraz mierniki efektywności.	dobiera odpowiednie platformy social media do specyfiki rynku zagranicznego i grupy docelowej	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	formułuje cele działań social media zgodne z celami biznesowymi ekspansji,	Analiza dowodów i deklaracji
	przygotowuje przykładowe treści (posty/komunikaty) dostosowane do rynku zagranicznego	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	określa podstawowe wskaźniki efektywności (KPI) i sposób ich monitorowania,	Debata swobodna
	przedstawia logiczną strukturę planu działań social media.	Debata swobodna

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
wykazuje gotowość do odpowiedzialnego i świadomego prowadzenia komunikacji marketingowej w mediach społecznościowych na rynkach międzynarodowych, z poszanowaniem różnic kulturowych i zasad etyki biznesu.	identyfikuje potencjalne ryzyka komunikacyjne wynikające z różnic kulturowych	Debata swobodna
	proponuje adekwatne sposoby reagowania na sytuacje problemowe w komunikacji międzynarodowej	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	współpracuje w zespole podczas realizacji zadań szkoleniowych	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	prezentuje postawę otwartości i odpowiedzialności w komunikacji z odbiorcami zagranicznymi	Debata swobodna

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

1. Social Media w strategii ekspansji zagranicznej

- Rola social media w procesie internacjonalizacji przedsiębiorstw
- Social media jako narzędzie badań rynku zagranicznego
- Wybór rynków docelowych a obecność w mediach społecznościowych
- Cele biznesowe i marketingowe ekspansji międzynarodowej

2. Platformy social media na rynkach międzynarodowych

- Przegląd globalnych i lokalnych platform social media
- Specyfika rynków (Europa, USA, Azja, Bliski Wschód – ujęcie ogólne)
- Dopasowanie kanałów komunikacji do rynku i grupy docelowej

- Trendy i zachowania użytkowników na rynkach zagranicznych

3. Komunikacja i content marketing w ujęciu międzynarodowym

- Różnice kulturowe i językowe w komunikacji marketingowej
- Tworzenie treści dopasowanych do rynku zagranicznego
- Storytelling i budowanie wizerunku marki globalnej
- Lokalizacja vs. standaryzacja treści w social media

4. Płatne kampanie social media w ekspansji zagranicznej

- Planowanie kampanii reklamowych na rynkach zagranicznych
- Targetowanie i segmentacja odbiorców międzynarodowych
- Budżetowanie i optymalizacja kampanii
- Najczęstsze błędy w międzynarodowych kampaniach social media

5. Budowanie relacji i obsługa klienta zagranicznego

- Social media jako kanał komunikacji z klientem międzynarodowym
- Community management w środowisku międzynarodowym
- Reakcje na kryzysy wizerunkowe na rynkach zagranicznych
- Budowanie zaufania i wiarygodności marki

6. Analiza i mierzenie efektów działań

- Kluczowe wskaźniki efektywności (KPI) w social media
- Narzędzia analityczne do monitorowania działań międzynarodowych
- Ocena skuteczności strategii i działań
- Optymalizacja i dalszy rozwój obecności na rynkach zagranicznych

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 11

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 11 Social Media w strategii ekspansji zagranicznej	Nina Kaczmarek	06-03-2026	09:00	17:00	08:00
2 z 11 Platformy social media na rynkach międzynarodowych	Nina Kaczmarek	07-03-2026	09:00	17:00	08:00
3 z 11 Platformy social media na rynkach międzynarodowych	Nina Kaczmarek	08-03-2026	09:00	17:00	08:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
4 z 11 Płatne kampanie social media w ekspansji zagranicznej	Nina Kaczmarek	13-03-2026	09:00	17:00	08:00
5 z 11 Komunikacja i content marketing w ujęciu międzynarodowym	Nina Kaczmarek	14-03-2026	09:00	17:00	08:00
6 z 11 Budowanie relacji i obsługa klienta zagranicznego	Nina Kaczmarek	15-03-2026	09:00	17:00	08:00
7 z 11 Budowanie relacji i obsługa klienta zagranicznego	Nina Kaczmarek	21-03-2026	09:00	17:00	08:00
8 z 11 Budowanie relacji i obsługa klienta zagranicznego	Nina Kaczmarek	22-03-2026	09:00	17:00	08:00
9 z 11 Analiza i mierzenie efektów działań	Nina Kaczmarek	28-03-2026	09:00	17:00	08:00
10 z 11 Analiza i mierzenie efektów działań	Nina Kaczmarek	29-03-2026	09:00	17:00	08:00
11 z 11 Walidacja	-	29-03-2026	17:00	18:00	01:00

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	14 200,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	14 200,00 PLN

Koszt osobogodziny brutto

177,50 PLN

Koszt osobogodziny netto

177,50 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Nina Kaczmarek

Wykształcenie wyższe pedagogiczne, dietetyk, coach, trener biznesu. Od 2019 roku prowadzi własną działalność gospodarczą, jest prezesem dwóch spółek, specjalista ds. marketingu, nauczyciel akademicki Collegium Balticum, wykładowca Polskiej Fundacji Przedsiębiorczości. Wieloletnie doświadczenie w prowadzeniu zajęć z zakresu zakładania własnej działalności gospodarczej, nawiązywania kontaktu z klientami, promocji i marketingu

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy kursu otrzymują skrypt, teczkę, długopis oraz notatnik

Adres

Świdnica 13
58-100 Świdnica
woj. dolnośląskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi
- Laboratorium komputerowe

Kontakt



Monika Gielar

E-mail biuro@gielar.pl

Telefon (+48) 884 858 285