



UNICO SP. Z O.O.

★★★★★ 4,9 / 5
380 ocen

Unico Marketing: Strategia i komunikacja marki w Social Mediach. Praktyczne szkolenie z budowania widoczności i spójnej obecności online

Numer usługi 2026/02/03/160223/3305072

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 24 h

📅 25.03.2026 do 27.03.2026

4 400,00 PLN brutto

4 400,00 PLN netto

183,33 PLN brutto/h

183,33 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Grupa docelowa usługi	Szkolenie jest przeznaczone dla właścicieli mikro, małych i średnich firm, osób budujących markę osobistą oraz freelancerów pracujących w obszarze marketingu internetowego. Skorzystają z niego także pracownicy działów marketingu i komunikacji, którzy chcą usystematyzować lub rozwinąć umiejętności w zakresie planowania strategii marki w mediach społecznościowych. Udział będzie wartościowy zarówno dla osób rozpoczynających działania online, jak i tych, które chcą uporządkować dotychczasowe działania, zwiększyć spójność komunikacji oraz osiągać mierzalne wyniki w social mediach.
Minimalna liczba uczestników	1
Maksymalna liczba uczestników	6
Data zakończenia rekrutacji	18-03-2026
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	24
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

Szkolenie przygotowuje uczestników do samodzielnego i skutecznego opracowania strategii komunikacji marki w mediach społecznościowych. Usługa prowadzi do praktycznego zastosowania zasad analizy marki i jej pozycjonowania online, planowania obecności w kanałach społecznościowych, projektowania spójnych filarów komunikacji oraz tworzenia kalendarza treści. Szkolenie przygotowuje do wdrażania strategii, monitorowania wyników oraz raportowania efektywności działań, umożliwiając budowanie rozpoznawal

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Analizuje markę i określa jej pozycjonowanie w środowisku online.	– identyfikuje kluczowe elementy marki (misja, wartości, odbiorca, wyróżniki),	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	– klasyfikuje konkurencję pod kątem stylu komunikacji i obecności w mediach społecznościowych,	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	– wskazuje właściwe kierunki pozycjonowania marki na podstawie analizy potrzeb odbiorców.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Projektuje filary komunikacji marki oraz spójny język komunikacji.	– definiuje filary komunikacji odpowiadające za kluczowe obszary przekazu marki,	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	– dobiera styl i język komunikacji adekwatny do grupy odbiorców i charakteru marki,	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	– analizuje przykłady treści pod kątem ich zgodności z założonym kierunkiem komunikacji.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Planuje obecność marki w social mediach w oparciu o wybraną strategię.	– rozróżnia funkcje oraz możliwości publikacyjne najważniejszych kanałów społecznościowych,	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	– dobiera kanały komunikacji odpowiadające celom marki i zachowaniom odbiorców,	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	– tworzy strukturalny plan obecności uwzględniający częstotliwość i typy publikacji.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Tworzy podstawowy kalendarz komunikacji oraz analizuje wyniki realizowanej strategii.	– opracowuje układ kalendarza treści zawierający format, cel posta i temat komunikatu,	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	– dobiera typy treści wspierające relacje, edukację i sprzedaż,	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	– interpretuje podstawowe wskaźniki efektywności (zasięgi, zaangażowanie, CTR) w kontekście realizacji	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

Dzień 1: Fundamenty marki i strategii komunikacji

Moduł 1 – Wprowadzenie do social media marketingu

- rola social mediów w ekosystemie marketingowym
- aktualne trendy i zachowania użytkowników
- przegląd kluczowych platform i ich funkcji
- charakterystyka algorytmów i ich wpływ na zasięgi

Moduł 2 – Wprowadzenie do strategii komunikacji marki

- elementy strategii komunikacji
- cele biznesowe i ich odzwierciedlenie w komunikacji
- podstawy koncepcji marki: misja, wartości, ton głosu
- budowanie spójności przekazu

Dzień 2: Analiza marki, pozycjonowanie oraz projektowanie komunikacji

Moduł 1 – Analiza marki i pozycjonowanie online

- identyfikacja kluczowych elementów marki
- analiza konkurencji i benchmarków
- określenie odbiorców i person
- tworzenie mapy pozycjonowania marki

Moduł 2 – Strategia komunikacji: filary, język i kierunek

- wyznaczanie filarów komunikacji
- dopasowanie języka i stylu komunikacji do odbiorców
- przykłady dobrych praktyk w komunikacji marek
- ćwiczenie: tworzenie zestawu filarów komunikacji

Dzień 3: Planowanie, wdrażanie i analiza działań komunikacyjnych

Moduł 1 – Planowanie obecności w kanałach społecznościowych i kalendarz komunikacji

- wybór kanałów komunikacji dopasowanych do strategii
- dobór formatów treści (video, posty, stories, rolki)
- zasady budowy kalendarza treści
- ćwiczenie: tworzenie struktury miesięcznego kalendarza

Moduł 2 – Storytelling, wdrażanie strategii oraz analiza wyników

- zasady storytellingu i budowania relacji z odbiorcami
- typy treści wzmacniające zaangażowanie
- wdrażanie strategii w praktyce – workflow i narzędzia
- raportowanie i analiza danych w social mediach
- interpretacja wskaźników efektywności

Walidacja efektów uczenia się | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Walidacja efektów uczenia się przeprowadzana jest po zakończeniu realizacji wszystkich modułów dydaktycznych szkolenia, w ostatnim dniu usługi, zgodnie z harmonogramem. Walidacja realizowana jest zdalnie w czasie rzeczywistym, zgodnie ze Standardem Usług Zdalnego Uczenia się (SUZ), z wykorzystaniem platformy Zoom.

Proces walidacji obejmuje weryfikację osiągnięcia efektów uczenia się określonych w Karcie Usługi, odnoszących się do analizy marki i jej pozycjonowania w środowisku online, projektowania filarów komunikacji i spójnego języka marki, planowania obecności w mediach społecznościowych, tworzenia strukturalnego kalendarza komunikacji oraz interpretacji podstawowych wskaźników efektywności działań w social mediach.

Walidacja realizowana jest w odniesieniu do zdefiniowanych efektów uczenia się oraz przypisanych do nich kryteriów weryfikacji, przy zastosowaniu testu teoretycznego z wynikiem generowanym automatycznie.

Test składa się z 20 pytań, a warunkiem uzyskania pozytywnego wyniku walidacji jest udzielenie co najmniej 70% poprawnych odpowiedzi. Test weryfikuje w szczególności wiedzę uczestnika w zakresie:

- identyfikowania kluczowych elementów marki i jej wyróżników,
- analizy konkurencji i kierunków pozycjonowania marki,
- projektowania filarów komunikacji i doboru języka marki,
- planowania obecności w kanałach społecznościowych,
- interpretacji podstawowych wskaźników efektywności działań komunikacyjnych.

Warunkiem przystąpienia do walidacji jest spełnienie wymogów formalnych udziału w szkoleniu, w szczególności uzyskanie co najmniej 80% frekwencji oraz zaangażowanie uczestnika w realizację zajęć dydaktycznych. Obecność uczestnika w trakcie usługi weryfikowana jest na podstawie eksportu raportu logowań z aplikacji Zoom.

Proces walidacji prowadzony jest z zachowaniem rozdzielności funkcji – osoba prowadząca szkolenie nie pełni funkcji osoby przeprowadzającej walidację efektów uczenia się. Walidację realizuje osoba wskazana w Karcie Usługi jako odpowiedzialna za przeprowadzenie walidacji.

Pozytywny wynik walidacji potwierdzany jest Zaświadczeniem o zakończeniu udziału w usłudze rozwojowej, które zawiera informację o uzyskaniu kompetencji oraz potwierdzenie przeprowadzenia walidacji efektów uczenia się w oparciu o zdefiniowane kryteria ich weryfikacji.

- Szkolenie prowadzone jest w sposób indywidualny lub w grupach do 6 osób
- Uczestnik posiada samodzielne stanowisko pracy.
- Warunkiem koniecznym do osiągnięcia celu szkolenia jest 80% frekwencja oraz zaangażowanie Uczestnika.
- Usługa realizowana jest w 24 godzinach dydaktycznych (godzina dydaktyczna = 45 minut).
- Metoda weryfikacji obecności Uczestnika: eksport raportu logowań aplikacji Zoom.
- Zajęcia praktyczne: 8 godzin dydaktycznych / zajęcia teoretyczne: 16 godzin dydaktycznych
- Przerwy nie wliczają się do godzin usługi.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 10

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 10 Dzień 1. Moduł 1 – Wprowadzenie do social media marketingu (teoria) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Karolina Jung	25-03-2026	09:00	11:30	02:30
2 z 10 Dzień 1. Przerwa	Karolina Jung	25-03-2026	11:30	12:00	00:30
3 z 10 Dzień 1. Moduł 2 – Wprowadzenie do strategii komunikacji marki (teoria) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Karolina Jung	25-03-2026	12:00	15:30	03:30
4 z 10 Dzień 2. Moduł 1 – Analiza marki i pozycjonowanie online (teoria/praktyka) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Karolina Jung	26-03-2026	09:00	11:30	02:30
5 z 10 Dzień 2. Przerwa	Karolina Jung	26-03-2026	11:30	12:00	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
6 z 10 Dzień 2. Moduł 2 – Strategia komunikacji: filary, język i kierunek (teoria/praktyka) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Karolina Jung	26-03-2026	12:00	15:30	03:30
7 z 10 Dzień 3. Moduł 1 – Planowanie obecności i kalendarz komunikacji (praktyka) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Karolina Jung	27-03-2026	09:00	11:30	02:30
8 z 10 Dzień 3. Przerwa	Karolina Jung	27-03-2026	11:30	12:00	00:30
9 z 10 Dzień 3. Moduł 2 – Storytelling, wdrażanie strategii i analiza wyników (teoria/praktyka) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Karolina Jung	27-03-2026	12:00	15:00	03:00
10 z 10 Dzień 3. Walidacja efektów uczenia się Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie	Karolina Jung	27-03-2026	15:00	15:30	00:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	4 400,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	4 400,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	183,33 PLN
Koszt osobogodziny netto	183,33 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Karolina Jung

Ekspertka w zakresie strategii marketingowej i komunikacji w mediach społecznościowych. Na co dzień wspiera marki osobiste i małe firmy w budowaniu silnej obecności online, koncentrując się na działaniach, które realnie przekładają się na wzrost sprzedaży i zaangażowania.

Specjalizuje się w opracowywaniu kompleksowych strategii social media – obejmujących kampanie reklamowe, komunikację opartą na wartościach oraz działania sprzedażowe. Jej podejście łączy kompetencje z zakresu marketingu, psychologii konsumenckiej, projektowania graficznego i storytellingu, co czyni jej programy szkoleniowe wyjątkowo trafnymi i praktycznymi.

W ciągu ostatnich 5 lat zdobyła certyfikaty i dyplomy potwierdzające m.in. ukończenie kursu Social Media Manager (kod zawodu 243110), Strategii Social Media Marketingowej oraz Szkoły Wirtualnej Asysty. Ukończyła także liczne szkolenia m.in. z tworzenia skutecznych treści, psychologii sprzedaży, AI, Canvy oraz podejmowania decyzji zakupowych przez klientów.

Jako trenerka prowadzi warsztaty i szkolenia strategiczne z zakresu marketingu internetowego i sprzedaży w mediach społecznościowych. Jej programy cenione są za konkretną strukturę, jasny przekaz oraz skuteczność w praktycznym wdrażaniu działań marketingowych.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnik otrzymuje

- Skrypt szkoleniowy
- Workbook do pracy własnej
- Checklista sprzedażowa
- Gotowe szablony (bio, kampania, captiony)

Informacje dodatkowe

Szkolenie może być prowadzone również w opcji stacjonarnej i może być dostosowane do konkretnej branży lub typu działalności (np. beauty, edukacja, turystyka, consulting).

Usługa szkoleniowa jest zwolniona z podatku VAT, pod warunkiem że dofinansowanie pokrywa co najmniej 70% kosztów szkolenia. W przypadku mniejszego wsparcia finansowego, do ceny netto usługi dodawany jest podatek VAT w wysokości 23%.

Przepis na podstawie którego stosowane jest zwolnienie od podatku: Zwolnienie z podatku VAT na podstawie § 3 ust. 1 pkt 14 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20 grudnia 2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień (tekst jednolity: Dz.U. z 2025 r. poz. 832).

Warunki techniczne

Platforma / rodzaj komunikatora, za pośrednictwem którego prowadzona będzie usługa

- Platforma Zoom (<https://zoom.us/>)

Minimalne wymagania sprzętowe, jakie musi spełniać komputer uczestnika lub inne urządzenie do zdalnej komunikacji

- Komputer, laptop lub tablet z dostępem do internetu.
- Procesor: Minimalnie jednordzeniowy 1 GHz, zalecany dwurdzeniowy 2 GHz lub lepszy (np. Intel i3/i5/i7 lub AMD ekwiwalent).
- Pamięć RAM: Minimalnie 2 GB, zalecane 4 GB lub więcej.

Minimalne wymagania dotyczące parametrów łącza sieciowego, jakim musi dysponować uczestnik

- Minimalna prędkość łącza: 600 kb/s dla wideo wysokiej jakości, zalecane minimum 1,2 Mb/s dla wideo 720p i 3,8 Mb/s dla wideo 1080p.

Niezbędne oprogramowanie umożliwiające uczestnikom dostęp do prezentowanych treści i materiałów

- System operacyjny: Windows 7 lub nowszy, macOS 10.10 lub nowszy, Linux, iOS, Android.
- Zainstalowana aktualna wersja jednej z przeglądarek: Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, Edge lub Opera.
- Nie ma potrzeby instalowania specjalnego oprogramowania, ale dostęp do aplikacji Zoom może poprawić jakość połączenia.

Okres ważności linku umożliwiającego uczestnictwo w spotkaniu online

- Link jest ważny do momentu zakończenia spotkania lub webinaru.

Zalecane parametry łącza internetowego

- Łącze internetowe o minimalnej przepustowości 600 kb/s dla wideo wysokiej jakości, zalecane minimum 1,2 Mb/s dla wideo 720p i 3,8 Mb/s dla wideo 1080p. Dla grupowych połączeń wideo zalecane 1,0 Mb/s dla wideo wysokiej jakości i do 3,8 Mb/s dla wideo 1080p. Udostępnianie ekranu bez miniaturki wideo wymaga 50–75 kb/s, z miniaturką 50–150 kb/s. Audio VoIP: 60–80 kb/s, Zoom Phone: 60–100 kb/s.

Kontakt



RAFAŁ LISSER

E-mail kontakt@unico.org.pl

Telefon (+48) 724 787 771