



UNICO SP. Z O.O.

★★★★★ 4,9 / 5

380 ocen

Unico Marketing: Reklama w social mediach. Szkolenie z Meta Ads, LinkedIn Ads i TikTok Ads dla skutecznych kampanii

Numer usługi 2026/02/10/160223/3319656

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 24 h

📅 27.04.2026 do 29.04.2026

4 400,00 PLN brutto

4 400,00 PLN netto

183,33 PLN brutto/h

183,33 PLN netto/h

187,50 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Grupa docelowa usługi	Szkolenie jest przeznaczone dla osób odpowiedzialnych za działania marketingowe w firmach, freelancerów realizujących kampanie reklamowe dla klientów, specjalistów digital marketingu, a także właścicieli firm chcących efektywnie promować swoje usługi i produkty w mediach społecznościowych. Program może być dostosowany do potrzeb konkretnej branży, dlatego będzie szczególnie wartościowy dla zespołów marketingowych pracujących w różnych sektorach rynku.
Minimalna liczba uczestników	1
Maksymalna liczba uczestników	6
Data zakończenia rekrutacji	20-04-2026
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 do samodzielnego projektowania, uruchamiania i optymalizacji kampanii reklamowych w kanałach społecznościowych: Meta Ads, LinkedIn Ads i TikTok Ads. Usługa prowadzi do tworzenia kreacji, zarządzania

budżetami i harmonogramem, prowadzenia testy A/B oraz analizy wyników z wykorzystaniem dedykowanego portfolio Meta Business i narzędzi analitycznych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Charakteryzuje strukturę kampanii reklamowej w mediach społecznościowych.	– rozróżnia poziomy kampanii: kampania, zestaw reklam, reklama	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	– wskazuje funkcje celów kampanii i grup odbiorców	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	– identyfikuje kluczowe ustawienia budżetu i harmonogramu	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Projektuje skuteczną kreację reklamową dopasowaną do platformy.	– wskazuje elementy skutecznego komunikatu reklamowego	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	– rozróżnia formaty graficzne stosowane w Meta, LinkedIn i TikTok	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	– analizuje wpływ estetyki wizualnej na efektywność reklamy	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Rozpoznaje zasady testowania i optymalizacji kampanii płatnych.	– definiuje założenia testu A/B	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	– identyfikuje mierniki skuteczności kampanii (CTR, CPC, ROAS)	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	– określa sposoby wprowadzania zmian w kampanii na podstawie danych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Analizuje wyniki kampanii i przygotowuje raport efektywności.	– wskazuje źródła danych do analizy kampanii	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	– interpretuje podstawowe wskaźniki skuteczności	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	– opisuje wpływ wyników kampanii na decyzje marketingowe	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: Strategie social media i projektowanie kampanii

Moduł 1 – Wprowadzenie do social media marketingu

- rola kanałów social media w lejku marketingowym
- przegląd głównych platform reklamowych
- trendy i zachowania użytkowników

Moduł 2 – Struktura kampanii: cele, grupy, zestawy reklam

- hierarchia kampanii w Meta, LinkedIn i TikTok
- dobór celu kampanii do etapu lejka
- segmentacja i targetowanie grup odbiorców

Moduł 3 – Budżetowanie i harmonogram

- modele rozliczeń: CPC, CPM, CPA
- ustalanie budżetów dziennych i całkowitych
- planowanie kampanii w czasie

Dzień 2: Kreacja i uruchomienie kampanii reklamowej

Moduł 4 – Tworzenie skutecznych kreacji graficznych i komunikatów reklamowych

- teksty reklamowe i wezwania do działania (CTA)
- grafika i wideo – formaty platform
- analiza dobrych i złych przykładów

Moduł 5 – Wprowadzenie do Meta Ads – zaproszenie do portfolio

- zasady korzystania z Meta Business
- konfiguracja konta i narzędzi reklamowych

Moduł 6 – Tworzenie kampanii w szkoleniowym portfolio biznesowym

- konfiguracja kampanii w portfolio Meta
- wdrożenie kreatywnych materiałów
- analiza grupy odbiorców

Dzień 3: Optymalizacja i analiza kampanii

Moduł 7 – Optymalizacja paid social i testy A/B

- założenia testów A/B w reklamie
- dobór zmiennych i interpretacja wyników
- optymalizacja kampanii na podstawie danych

Moduł 8 – Raportowanie i analiza wyników

- przegląd wskaźników efektywności kampanii (CTR, CPC, ROAS)
- generowanie raportów w Meta i LinkedIn
- analiza efektywności kampanii i rekomendacje

Sesja podsumowująca – Q&A, omówienie portfolio i wniosków

- prezentacja przykładów uczestników
- konsultacje indywidualne
- dalsze kierunki rozwoju

Walidacja efektów uczenia się | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

- 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: 13 godzin dydaktycznych / zajęcia teoretyczne: 11 godzin dydaktycznych
- Przerwy nie wliczają się do godzin usługi.
- Termin szkolenia: Podany termin szkolenia ma charakter orientacyjny i może ulec zmianie. Po zebraniu minimalnej liczby uczestników termin zostanie uzgodniony, aby jak najlepiej dopasować się do potrzeb grupy.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 13

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 13 Dzień 1. Moduł 1. Wprowadzenie do social media marketingu (teoria) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Karolina Jung	27-04-2026	10:00	11:45	01:45
2 z 13 Dzień 1. Moduł 2. Struktura kampanii: cele, grupy, zestawy reklam (teoria) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Karolina Jung	27-04-2026	11:45	13:00	01:15
3 z 13 Dzień 1. Przerwa	Karolina Jung	27-04-2026	13:00	13:30	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
4 z 13 Dzień 1. Moduł 3. Budżetowanie i harmonogram (praktyka) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Karolina Jung	27-04-2026	13:30	16:30	03:00
5 z 13 Dzień 2. Moduł 4. Tworzenie skutecznych kreacji graficznych i komunikatów reklamowych (praktyka) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Karolina Jung	28-04-2026	10:00	11:45	01:45
6 z 13 Dzień 2. Moduł 5. Wprowadzenie do Meta Ads – zaproszenie do portfolio (teoria/praktyka) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Karolina Jung	28-04-2026	11:45	13:00	01:15
7 z 13 Dzień 2. Przerwa	Karolina Jung	28-04-2026	13:00	13:30	00:30
8 z 13 Dzień 2. Moduł 6. Tworzenie kampanii w szkoleniowym portfolio biznesowym (praktyka) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Karolina Jung	28-04-2026	13:30	16:30	03:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
9 z 13 Dzień 3. Moduł 7. Optymalizacja paid social i testy A/B (teoria/praktyka) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Karolina Jung	29-04-2026	10:00	13:00	03:00
10 z 13 Dzień 3. Przerwa	Karolina Jung	29-04-2026	13:00	13:30	00:30
11 z 13 Dzień 3. Moduł 8. Raportowanie i analiza wyników (praktyka) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Karolina Jung	29-04-2026	13:30	15:45	02:15
12 z 13 Dzień 3. Sesja podsumowująca – Q&A, omówienie portfolio i wniosków (praktyka) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Karolina Jung	29-04-2026	15:45	16:00	00:15
13 z 13 Dzień 3. Walidacja efektów uczenia się Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie	Karolina Jung	29-04-2026	16:00	16:30	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)

Warunki uczestnictwa

Termin szkolenia: Podany termin szkolenia ma charakter orientacyjny i może ulec zmianie. Po zebraniu minimalnej liczby uczestników termin zostanie uzgodniony, aby jak najlepiej dopasować się do potrzeb grupy.

Jeżeli złożyłeś wniosek u Operatora, skontaktuj się z nami w celu rezerwacji. Bez wstępnej informacji nie dajemy gwarancji miejsca na szkoleniu.

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