



UNICO SP. Z O.O.

★★★★★ 4,9 / 5

380 ocen

Unico Marketing: Social Media Marketing. Praktyczne szkolenie z organizacji, pomiaru i skalowania marki online

Numer usługi 2026/02/10/160223/3319840

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 24 h

📅 13.04.2026 do 15.04.2026

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 komunikację i marketing w małych i średnich firmach, freelancerów zajmujących się obsługą mediów społecznościowych oraz początkujących specjalistów marketingu internetowego. Skorzystają z niego także osoby budujące własną markę online lub rozwijające swoją obecność w mediach społecznościowych, które chcą zdobyć praktyczne umiejętności pracy na realnym portfolio w środowisku Meta.
Minimalna liczba uczestników	1
Maksymalna liczba uczestników	6
Data zakończenia rekrutacji	06-04-2026
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 uczestników do samodzielnego planowania, realizowania i optymalizowania działań marketingowych w mediach społecznościowych, zarówno w obszarze działań organicznych, jak i płatnych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Opracowuje strategię obecności marki w mediach społecznościowych.	– identyfikuje cele komunikacyjne marki w social media	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	– dobiera odpowiednie kanały komunikacji do grupy docelowej	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	– określa kluczowe wskaźniki efektywności działań	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	– planuje harmonogram treści z uwzględnieniem celów komunikacyjnych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Tworzy kalendarz publikacji treści do mediów społecznościowych.	– przypisuje formaty treści do dni tygodnia i kanałów komunikacji	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	– uwzględnia sezonowość i cykliczność w planowaniu publikacji	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Analizuje skuteczność działań organicznych i płatnych w social media.	– rozpoznaje kluczowe wskaźniki efektywności kampanii	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	– interpretuje dane z raportów platform społecznościowych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	– identyfikuje treści o najwyższym zaangażowaniu	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Projektuje kampanię płatną w środowisku Meta.	– określa cel kampanii i wybiera odpowiedni format reklamy	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	– definiuje grupę odbiorców i ustala budżet	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	– dobiera kreacje graficzne i tekstowe do założonego celu	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 skutecznej obecności w social media

Moduł 1 – Wprowadzenie do social media marketingu

- rola mediów społecznościowych w marketingu cyfrowym
- aktualne trendy i zmiany algorytmiczne
- przegląd platform społecznościowych

Moduł 2 – Organizacja pracy i narzędzia planowania

- narzędzia do zarządzania treściami (np. Trello, Notion, Meta Business Suite)
- metody planowania treści i delegowania zadań
- struktura procesu tworzenia i publikacji

Moduł 3 – Strategia marki w social media

- określanie celu działań i grupy docelowej
- budowa lejka marketingowego
- mapa treści i komunikatów marki

Dzień 2: Tworzenie i optymalizacja treści

Moduł 1 – Tworzenie kalendarza publikacji

- planowanie postów i formatów
- integracja publikacji z wydarzeniami i sezonowością
- organizacja cyklicznych kampanii

Moduł 2 – Optymalizacja treści i testowanie formatów

- analiza skuteczności treści
- testowanie form: reels, stories, posty karuzelowe
- budowanie zaangażowania odbiorców

Moduł 3 – Algorytmy platform i analiza wyników

- jak działają algorytmy Meta, LinkedIn i TikTok
- interpretacja statystyk i wskaźników KPI
- case studies

Dzień 3: Kampanie płatne i raportowanie

Moduł 1 – Wprowadzenie do kampanii płatnych

- formaty reklamowe w Meta Ads
- różnice między kampanią a postem sponsorowanym
- zasady efektywnego targetowania

Moduł 2 – Optymalizacja paid social i organic social

- zasady dobierania budżetu i grup odbiorców
- integracja działań płatnych z organicznymi
- tworzenie kreacji reklamowych

Moduł 3 – Raportowanie i analiza wyników

- tworzenie raportów dla klienta / zarządu
- analiza ROI kampanii
- rekomendacje działań na podstawie danych

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: 15 godzin dydaktycznych / zajęcia teoretyczne: 9 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: 14

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 14 Dzień 1. Moduł 1. Wprowadzenie do social media marketingu (teoria) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Karolina Jung	13-04-2026	10:00	12:00	02:00
2 z 14 Dzień 1. Moduł 2. Organizacja pracy i narzędzia planowania (praktyka) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Karolina Jung	13-04-2026	12:00	13:00	01:00
3 z 14 Dzień 1. Przerwa	Karolina Jung	13-04-2026	13:00	13:30	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
4 z 14 Dzień 1. Moduł 3. Strategia marki w social media (praktyka) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Karolina Jung	13-04-2026	13:30	16:30	03:00
5 z 14 Dzień 2. Moduł 1. Tworzenie kalendarza publikacji (praktyka) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Karolina Jung	14-04-2026	10:00	11:30	01:30
6 z 14 Dzień 2. Moduł 2. Optymalizacja treści i testowanie formatów (praktyka) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Karolina Jung	14-04-2026	11:30	13:00	01:30
7 z 14 Dzień 2. Przerwa	Karolina Jung	14-04-2026	13:00	13:30	00:30
8 z 14 Dzień 2. Moduł 3. Algorytmy platform i analiza wyników (teoria/praktyka) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Karolina Jung	14-04-2026	13:30	16:30	03:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
9 z 14 Dzień 3. Moduł 1. Wprowadzenie do kampanii płatnych (teoria) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Karolina Jung	15-04-2026	10:00	11:30	01:30
10 z 14 Dzień 3. Moduł 2. Optymalizacja paid social i organic social (praktyka) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Karolina Jung	15-04-2026	11:30	13:00	01:30
11 z 14 Dzień 3. Przerwa	Karolina Jung	15-04-2026	13:00	13:30	00:30
12 z 14 Dzień 3. Moduł 3. Raportowanie i analiza wyników (praktyka) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Karolina Jung	15-04-2026	13:30	15:45	02:15
13 z 14 Dzień 3. Sesja podsumowująca – Q&A, omówienie portfolio i wniosków (teoria) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Karolina Jung	15-04-2026	15:45	16:00	00:15
14 z 14 Dzień 3. Walidacja efektów uczenia się Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie	Karolina Jung	15-04-2026	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

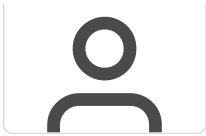
- Link jest ważny do momentu zakończenia spotkania lub webinaru.

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