



Kurs Marketing internetowy i Obsługa Social Media

Numer usługi 2026/02/13/161405/3332073

7 000,00 PLN brutto

7 000,00 PLN netto

116,67 PLN brutto/h

116,67 PLN netto/h

233,33 PLN cena rynkowa ⓘ

AS Edukacja Marcin
Batko Zespół Szkół
dla Dorosłych w
Katowicach

📄 Usługa szkoleniowa

📺 zdalna w czasie rzeczywistym

🕒 60:00 h

📅 01.06.2026 do 31.07.2026

★★★★★ 5,0 / 5

1 ocena

Informacje podstawowe

| | |
|--|---|
| Kategoria | Informatyka i telekomunikacja / Internet |
| Grupa docelowa usługi | osoby pełnoletnie zainteresowane pracą w marketingu, chcące pracować w social mediach czy przy kampaniach internetowych, w reklamie |
| Minimalna liczba uczestników | 3 |
| Maksymalna liczba uczestników | 6 |
| Data zakończenia rekrutacji | 20-05-2026 |
| Forma prowadzenia usługi | zdalna w czasie rzeczywistym |
| Liczba godzin usługi | 60 |
| 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

kurs przygotowuje do samodzielnego przygotowania kampanii marketingowych w Internecie oraz do obsługi social mediów firm i instytucji

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

| Efekty uczenia się | Kryteria weryfikacji | Metoda walidacji |
|---|---|--------------------------------------|
| nabycie wiedzy i umiejętności z Social Mediów | nabycie wiedzy i umiejętności z obsługi : Instagram, Tik Tok, Facebook | Test teoretyczny |
| | | Obserwacja w warunkach rzeczywistych |
| | | Obserwacja w warunkach symulowanych |
| nabycie wiedzy i umiejętności z copywritingu | nabycie wiedzy i umiejętności z zakresu: komunikacja z odbiorcami i język korzyści - metody pisania aranżujących postów dopasowanych do grupy odbiorczej, ustalenie kim jest Twój odbiorca i czego oczekuje, jakie posty FB i IG wyświetla, a jakich nie, sposoby na zwiększenie organicznego zasięgu, konkursy - jak je legalnie tworzyć, o czy warto pamiętać i jak angażować odbiorców | Test teoretyczny |
| | | Obserwacja w warunkach rzeczywistych |
| nabycie wiedzy i umiejętności z zakresu obsługi programu CANVA | Kursant zna najlepsze formaty grafik w SM, potrafi pracować w programie Canva - forma statyczna i dynamiczna, potrafi tworzyć podstawy identyfikacji graficznej - logo, infografika, dobór kolorystyki i fontów, potrafi tworzyć animacje | Obserwacja w warunkach symulowanych |
| | | Test teoretyczny |
| | | Obserwacja w warunkach rzeczywistych |
| pozyskanie odpowiedniej wiedzy i umiejętności w obsłudze Google Analytics | potrafi instalować i konfigurować Google Analytics, wie jakie są alternatywy dla Google Analytics, Google Ads i; potrafi planować kampanie reklamowe, zna narzędzia do słów kluczowych i ich rola w kampaniach | Obserwacja w warunkach symulowanych |
| | | Test teoretyczny |
| | | Obserwacja w warunkach rzeczywistych |

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

• Instagram

funkcje, różnice, cele, najważniejsze kamienie milowe: Stories, Reels, zakupy bezpośrednio z aplikacji, analiza profili ,omówienie najważniejszych sekcji, jak interpretować proste statystyki? ; Threads: nowości na Instagramie, zwiększanie wizerunku na Instagramie, jak działają hashtagi ,jak zwiększać organicznie zasięgi, interakcje z followersami na Instagramie , pomysły na media plan , triki na Instagramie w podziale na: relacje, posty i rolki ,cele reklamowe na Instagramie, Instagram rolki – tworzymy efektowne nagrania w aplikacji – praktyka, trendy muzyczne na Instagramie, pomysły na ciekawą rolkę, najważniejsze ustawienia telefonów: filtry, układ, siatka, nakładki i kategorie, opis na rolkach ,identyfikacja graficzna

• TikTok

statystki na TikToku, nasza grupa docelowa, optymalne nagrywanie na TikToku, co nagrywać na TikToku, pomysł na content, case study , język TikToka, najważniejsze pojęcia, jak działają Algorytmy na TikToku? TikTok rolki - tworzymy efektowne nagrania bezpośrednio z aplikacji – praktyka. trendy muzyczne na TikToku ,najważniejsze ustawienia: przejścia, tekst, nakładki TikToka ,opisy na rolkach, CapCut – aplikacja do tworzenia rolek – praktyka, CapCut – podstawowe i nieoczywiste funkcje, praca ze zdjęciami – jak przerobić zdjęcie w animację, nagrywanie video pod obróbkę , nagrywanie pod bit, odwrócenie obrazu, wyodrębnianie/dodawanie dźwięku

• Facebook: analiza konta na Facebooku, analiza profilu własnego mocne i słabe strony, najważniejsze ustawienia i ukryte, a wartościowe funkcje Fanpage'a , spójność identyfikacji, najważniejsze ustawienia Fanpage'a, content marketing i Media, plan przy wsparciu sztucznej inteligencji AI – jak pisać by nas czytali, jak zaangażować odbiorców pod postem, komunikacja z odbiorcami i język korzyści,planowanie postów na Facebooku , tworzenie media planu z wykorzystaniem sztucznej inteligencji AI, remarketing, piksel Facebooka, które wskaźniki na Facebooku mają znaczenie, a które można pominąć, optymalizacja reklam

• Narzędzia copywritera: komunikacja z odbiorcami i język korzyści - metody pisania aranżujących postów dopasowanych do grupy odbiorczej, ustalenie kim jest Twój odbiorca i czego oczekuje, jakie posty FB i IG wyświetla, a jakich nie , sposoby na zwiększenie organicznego zasięgu , konkursy - jak je legalnie tworzyć, o czy warto pamiętać i jak angażować odbiorców

• Canva : podstawy Canvy , najlepsze formaty grafik w SM, praca w programie Canva - forma statyczna i dynamiczna – praktyka, tworzenie podstaw identyfikacji graficznej - logo, infografika, dobór kolorystyki i fontów , tworzenie animacji

• Google Analytics – wprowadzenie, instalacja i konfiguracja Google Analytics, jakie są alternatywy dla Google Analytics, Google Ads i Planowanie Kampanii Reklamowych, omówienie pojęć i funkcji, narzędzia do słów kluczowych i ich rola w kampaniach, przykłady skutecznego copywritingu w Google Ads.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 0

| Przedmiot / temat | Prowadzący | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|-------------------|------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| Brak wyników. | | | | | |

Cennik

Cennik

| Rodzaj ceny | Cena |
|---|--------------|
| Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto | 7 000,00 PLN |
| Koszt przypadający na 1 uczestnika netto | 7 000,00 PLN |
| Koszt osobogodziny brutto | 116,67 PLN |
| Koszt osobogodziny netto | 116,67 PLN |

Prowadzący

Liczba prowadzących: 2



1 z 2

Mateusz Dyssy

informatyk z wykształcenia, praktyk w zawodzie, szkoleniowiec w zakresie kursów informatycznych, marketingowych, social mediów od 2010r.



2 z 2

Barbara Cichoń-Kominek

kilkuletnie doświadczenie w pracy copywritera, własna działalność gospodarcza, świadczenie usług copywritingu, wykształcenie : filologia polska

Informacje dodatkowe

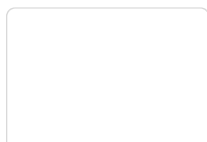
Informacje o materiałach dla uczestników usługi

skrypt Prowadzących w formie elektronicznej

Warunki techniczne

platforma do spotkań w czasie rzeczywistym: meet.jit.si ; sprawne łącze Internetowe, brak specjalnych wymagań dotyczących oprogramowania

Kontakt



MARCIN BATKO

E-mail sekretariat@asedukacja.pl



Telefon (+48) 725 302 650