



## Budowanie marki osobistej i tworzenie treści w social mediach- szkolenie

Numer usługi 2026/02/28/200602/3369490

6 126,00 PLN brutto

6 126,00 PLN netto

226,89 PLN brutto/h

226,89 PLN netto/h

250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

M&P SPÓŁKA Z  
OGRANICZONĄ  
ODPOWIEDZIALNOŚĆ  
CIĄ

📍 Warszawa  
🏢 Usługa szkoleniowa  
📄 stacjonarna  
🕒 27:00 h  
📅 30.05.2026 do 31.05.2026

★★★★★ 4,9 / 5

18 ocen

## Informacje podstawowe

### Kategoria

Biznes / Marketing

### Grupa docelowa usługi

Grupą docelową szkolenia są osoby dorosłe, w tym specjaliści marketingu, social media managerowie, freelancerzy oraz twórcy internetowi, którzy chcą samodzielnie budować profesjonalną komunikację online i skalować swoją obecność w sieci. Szkolenie skierowane jest do osób początkujących, budujących markę osobistą, montażyistów oraz pracowników działów sprzedaży i obsługi klienta, dążących do zwiększenia widoczności i skutecznego pozyskiwania klientów. Program adresowany jest także do osób planujących wykorzystać marketing internetowy w przyszłej pracy zawodowej lub działalności nierejestrowanej. Uczestnicy wykonują zadania związane z przygotowaniem, nagrywaniem i montażem materiałów video. Wymagana jest podstawowa umiejętność obsługi smartfona, orientacja w aplikacjach mobilnych oraz gotowość do pracy praktycznej. Do udziału nie jest wymagane wcześniejsze doświadczenie zawodowe w obszarze video.

### Minimalna liczba uczestników

10

### Maksymalna liczba uczestników

35

### Data zakończenia rekrutacji

29-05-2026

### Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

### Liczba godzin usługi

27

### 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

Usługa przygotowuje uczestnika do samodzielnego projektowania, tworzenia i publikowania skutecznych treści w mediach społecznościowych (TikTok, Instagram, Facebook, YouTube), służących budowaniu marki osobistej oraz generowaniu zapytań i sprzedaży. Program szkolenia obejmuje nabycie umiejętności w zakresie opracowywania strategii komunikacji, wdrażania stałego systemu produkcji treści oraz analizowania podstawowych parametrów ich efektywności.

## Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Charakteryzuje specyfikę i mechaniki platform social media w marketingu.	Wymienia min. 3 kluczowe różnice między platformami TikTok, Instagram, FB i YT oraz opisuje 2 modele zachowań odbiorców.	Test teoretyczny
Analizuje parametry efektywności treści wideo.	Definiuje i wyjaśnia wpływ wskaźników CTR, retencji, watch time, pacyngu i hooka na zasięgi organiczne.	Test teoretyczny
Projektuje i wdraża system contentowy wraz z harmonogramem.	Wykonuje kompletny plan publikacji, przypisując konkretne formaty do celów komunikacyjnych i terminów.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Przeprowadza optymalizację techniczną i wizualną profilu.	Edytuje biogram, ustawia linki w sekcji BIO oraz porządkuje strukturę profilu zgodnie z wytycznymi UX.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Stosuje zasady etyki i bezpieczeństwa pracy w sieci.	Przestrzega procedur bezpieczeństwa danych, reaguje na sytuacje kryzysowe zgodnie z instrukcją i dba o higienę cyfrową.	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

## Warunki osiągnięcia celu edukacyjnego

Dla osiągnięcia celu edukacyjnego usługa skierowana jest do osób dorosłych – uczestników indywidualnych, przedsiębiorców oraz osób planujących rozpoczęcie działalności, którzy chcą budować markę osobistą w mediach społecznościowych i wykorzystać te kompetencje w pracy zawodowej. Uczestnik powinien posiadać smartfon z dostępem do Internetu oraz zainstalowane aplikacje społecznościowe (Instagram, TikTok, Facebook). Nie jest wymagane wcześniejsze doświadczenie w marketingu ani prowadzeniu profili profesjonalnych. Warunkiem osiągnięcia celu edukacyjnego jest aktywny udział w zajęciach, realizacja zadań projektowych sprawdzanych przez prowadzącego oraz przystąpienie do egzaminu wewnętrznego.

## Zakres tematyczny

### Moduł 1: Wprowadzenie do Social Mediów w 2026 roku

- Znaczenie social mediów w komunikacji marki osobistej – trendy
- Charakterystyka platform: TikTok, Instagram, Facebook, YouTube
- Modele uwagi i psychologia zachowań nowoczesnego odbiorcy
- Różnice strategiczne: marka firmowa a marka osobista
- Analiza błędów: co blokuje zasięgi i zaufanie odbiorców

### Moduł 2: Algorytmy i parametry techniczne wideo

- Jak algorytmy oceniają i promują treści wideo
- Metodologia batch testing – jak testować formaty
- Analiza metryk: CTR, retencja, watch time, pacing
- Czynniki premiowane przez platformy w 2026 r.

### Moduł 3: Strategia komunikacji i planowanie treści

- Wyznaczanie celów komunikacyjnych (SMART)
- Definiowanie filarów treści: storytelling, edukacja, kulisy, proofy
- Narzędzia do planowania i automatyzacji pracy (AI, planery)
- **Zadanie praktyczne:** Opracowanie autorskiego planu komunikacji na 30 dni + sprawdzenie.

### Moduł 4: Projektowanie skutecznych formatów wideo

- Anatomia wiralowego wideo: hook, pacing, struktura, CTA
- Warsztat analityczny: analiza 6 rolek (3 wzorcowe, 3 wymagające poprawy)
- **Zadanie praktyczne:** „Przepisz tę rolkę” – optymalizacja scenariusza pod kątem retencji pod okiem prowadzącego.

### Moduł 5: Profesjonalny profil (BIO i UX)

- Psychologia biogramu: jak zamienić widza w obserwującego
- Strategiczne rozmieszczenie przycisków i linków CTA
- Grafika i spójność wizualna marki osobistej
- **Zadanie praktyczne:** Techniczne wdrożenie poprawionego profilu (metamorfoza konta) + sprawdzenie.

### Moduł 6: Lejki sprzedażowe w Social Mediach

- Architektura lejka treściowego: od zasięgu do transakcji
- Techniki konwersji w wiadomościach prywatnych (Direct Message)
- **Zadanie praktyczne:** Budowa mini-lejka sprzedażowego dla własnej marki/usługi.

### Moduł 7: Egzamin i podsumowanie

Warunki organizacyjne:

- Program jest dostosowany do potrzeb uczestników budujących markę osobistą w celu zwiększenia efektywności zawodowej.
- Kurs obejmuje pełny proces: od teorii algorytmów, przez strategię, aż po praktyczne techniki sprzedaży.
- Zajęcia odbywają się w profesjonalnie sali szkoleniowej.
- Kursanci pracują w grupach oraz indywidualnie.
- Uczestnicy pracują na własnych smartfonach, co pozwala na bezpośrednie wdrożenie zmian na swoich profilach.
- Szkolenie realizowane jest w godzinach dydaktycznych (45 min).
- Walidacja jest realizowana w formie egzaminu wewnętrznego i jest wliczona w czas trwania usługi.

## 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	6 126,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	6 126,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	226,89 PLN
Koszt osobogodziny netto	226,89 PLN

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 0

Brak wyników.

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Każdy uczestnik szkolenia otrzymuje materiały: skrypt szkoleniowy

# Adres

Warszawa

Warszawa

woj. mazowieckie

# Kontakt



**MIKOŁAJ JANUŚ**

**E-mail** [janusmikoaj@gmail.com](mailto:janusmikoaj@gmail.com)

**Telefon** (+48) 513 152 070