



## Social Media dla gastronomii: Instagram, TikTok i rolki dla restauracji, cateringu i lokali HoReCa – szkolenie online

Numer usługi 2026/03/17/189650/3413970

3 800,00 PLN brutto  
3 800,00 PLN netto  
172,73 PLN brutto/h  
172,73 PLN netto/h  
187,50 PLN cena rynkowa ⓘ

PROJEKT GASTRO  
SPÓŁKA Z  
OGRANICZONĄ  
ODPOWIEDZIALNOŚ  
CIĄ

★★★★★ 4,9 / 5

4 oceny

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

📄 Usługa szkoleniowa

🕒 22 h

📅 18.05.2026 do 01.06.2026

## Informacje podstawowe

**Kategoria**

Biznes / Marketing

**Grupa docelowa usługi**

Szkolenie skierowane jest do właścicieli i właścicielek restauracji, kawiarni, barów, lokali cateringowych, food trucków oraz innych obiektów z branży HoReCa, którzy samodzielnie prowadzą lub chcą rozpocząć prowadzenie profili firmowych w mediach społecznościowych.

Szkolenie jest również przeznaczone dla pracowników lokali gastronomicznych odpowiedzialnych za komunikację marki w social mediach (w tym osób bez formalnego doświadczenia marketingowego).

Szkolenie nie wymaga wcześniejszego doświadczenia w marketingu ani obsłudze narzędzi do montażu wideo.

**Minimalna liczba uczestników**

4

**Maksymalna liczba uczestników**

12

**Data zakończenia rekrutacji**

17-05-2026

**Forma prowadzenia usługi**

zdalna w czasie rzeczywistym

**Liczba godzin usługi**

22

**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 „Social Media dla gastronomii: Instagram, TikTok i rolki dla restauracji, cateringu i lokali HoReCa – szkolenie online” przygotowuje do samodzielnego planowania i prowadzenia komunikacji marki gastronomicznej w mediach społecznościowych – od opracowania strategii minimum, przez tworzenie i publikację treści (w tym rolek nagrywanych we własnym lokalu), po edycję wideo w aplikacjach CapCut i Captions oraz analizę wyników i optymalizację działań.

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

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Dobiera kanały social media (Instagram, TikTok, Facebook) do profilu i celów własnego lokalu gastronomicznego.	Uczestnik wypełnia kartę wyboru kanałów dla własnego lokalu, wskazując min. 2 platformy z uzasadnieniem uwzględniającym typ lokalu, grupę gości i dostępne zasoby – ocena wg arkusza weryfikacji.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Opracowuje strategię minimum dla lokalu gastronomicznego obejmującą cel, grupę docelową, filary komunikacji i język marki.	Uczestnik wypełnia szablon strategii zawierający: min. 1 cel główny + 2 szczegółowe, personę gościa, min. 3 filary komunikacji gastro oraz określony ton komunikacji – weryfikacja wg checklisty przez walidatora.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Tworzy treści do mediów społecznościowych adekwatne dla branży gastronomicznej: posty, stories i karuzele z zastosowaniem struktury hook–korzyści–CTA	Uczestnik przygotowuje min. 3 posty gotowe do publikacji dla własnego lokalu zawierające prawidłową strukturę (hook, treść, CTA) – ocena wg arkusza jakości (min. 4 z 6 kryteriów spełnione).	Obserwacja w warunkach symulowanych
Nagrywa materiał wideo do rolki w warunkach lokalu gastronomicznego z uwzględnieniem specyfiki branży.	Uczestnik nagrywa min. 1 rolkę surową we własnym lokalu i oddaje materiał do omówienia – walidator ocenia wg checklisty (kadr, oświetlenie, dźwięk, tempo) – min. 3 z 5 kryteriów spełnione.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Montuje rolkę gastronomiczną w CapCut z zastosowaniem cięcia, tempa, muzyki i napisów, eksportuje w formacie 9:16.	Uczestnik przedstawia zmontowaną rolkę gotową do publikacji – walidator ocenia wg checklisty montażu (czytelność, format 9:16, dynamika, spójność z marką) – min. 4 z 6 kryteriów	Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Planuje kalendarz treści dla lokalu gastronomicznego na min. 3 tygodnie z uwzględnieniem rytmu branży</p> <p>Interpretuje podstawowe wskaźniki analityczne profilu gastronomicznego i planuje min. 1 działanie optymalizacyjne</p>	<p>Uczestnik dostarcza plan treści na 3 tygodnie zawierający min. 9 zaplanowanych publikacji z podziałem na typy i tematykę – weryfikacja wg szablonu przez walidatora.</p> <p>Uczestnik wypełnia kartę analityki dla własnego profilu i wskazuje min. 1 wniosek oraz 1 konkretny test optymalizacyjny – weryfikacja przez walidatora</p>	<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p> <p>Test teoretyczny</p>
<p>Formułuje odpowiedzi na komentarze i wiadomości DM, w tym reaguje na opinie negatywne zgodnie z zasadami komunikacji marki</p>	<p>Uczestnik przygotowuje bazę min. 5 gotowych odpowiedzi (DM/komentarze) dla typowych sytuacji gastro – ocena wg kryteriów: ton, spójność z marką, konkretność.</p>	<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p>

## Cel biznesowy

Podniesienie skuteczności działań marketingowych uczestników w mediach społecznościowych poprzez wdrożenie uporządkowanego procesu komunikacji marki gastronomicznej: wyboru kanałów SM adekwatnych do profilu lokalu, opracowania strategii minimum z filarami komunikacji branży HoReCa, regularnego tworzenia i publikacji treści (w tym rolek nagrywanych we własnym lokalu), edycji wideo w CapCut i Captions oraz analizy wyników – co ma przełożyć się na wzrost rozpoznawalności lokalu, zwiększenie liczby rezerwacji i zapytań pozyskiwanych kanałami cyfrowymi (DM, komentarze, kliknięcia w link) oraz budowanie lojalności gości w mediach społecznościowych.

## Efekt usługi

### Efekt usługi:

Efektom usługi jest przygotowanie i wdrożenie przez uczestnika podstawowej strategii komunikacji marketingowej lokalu gastronomicznego w mediach społecznościowych, obejmującej dobór kanałów, tworzenie treści dopasowanych do specyfiki branży, przygotowanie materiałów wideo oraz planowanie i optymalizację działań komunikacyjnych.

Uczestnik po zakończeniu usługi samodzielnie prowadzi komunikację lokalu w mediach społecznościowych, tworzy materiały publikacyjne (posty, rolki), analizuje ich skuteczność oraz reaguje na interakcje klientów zgodnie z zasadami komunikacji marki gastronomicznej.

### Kryteria weryfikacji osiągnięcia efektu usługi:

Osiągnięcie efektu usługi potwierdza spełnienie łącznie następujących kryteriów:

- uczestnik wskazuje min. 2 kanały social media (np. Instagram, TikTok, Facebook) wraz z uzasadnieniem uwzględniającym typ lokalu, grupę gości oraz dostępne zasoby,
- uczestnik opracowuje strategię komunikacji zawierającą min. 1 cel główny, 2 cele szczegółowe, personę gościa, min. 3 filary komunikacji oraz określony ton marki,

- uczestnik przygotowuje min. 3 posty dla lokalu gastronomicznego z zachowaniem struktury (hook–treść–CTA), spełniające min. 4 z 6 kryteriów jakości,
- uczestnik nagrywa min. 1 materiał wideo (rolkę) w warunkach lokalu gastronomicznego, spełniający min. 3 z 5 kryteriów jakości nagrania,
- uczestnik montuje rolkę w formacie 9:16, spełniającą min. 4 z 6 kryteriów jakości (czytelność, dynamika, spójność z marką),
- uczestnik opracowuje plan treści na min. 3 tygodnie obejmujący min. 9 publikacji z podziałem na typy i tematykę,
- uczestnik analizuje podstawowe wskaźniki (zasięg, zaangażowanie, kliknięcia) oraz wskazuje min. 1 wniosek i 1 działanie optymalizacyjne,
- uczestnik przygotowuje bazę min. 5 odpowiedzi na komentarze i wiadomości (DM), w tym na opinie negatywne, zgodnych z zasadami komunikacji marki.

## Metoda potwierdzenia osiągnięcia efektu usługi

Potwierdzenie osiągnięcia efektu usługi odbywa się poprzez walidację obejmującą obserwację wykonywania zadań praktycznych, analizę przygotowanych materiałów oraz element testowy.

W ramach walidacji:

- prowadzona jest obserwacja uczestnika w warunkach symulowanych podczas wykonywania zadań (dobór kanałów, opracowanie strategii, tworzenie treści, planowanie komunikacji),
- realizowana jest obserwacja w warunkach rzeczywistych w zakresie nagrania materiału wideo w lokalu gastronomicznym,
- walidator dokonuje oceny materiałów przygotowanych przez uczestnika (posty, rolka, plan treści, strategia, odpowiedzi komunikacyjne) na podstawie arkusza oceny i checklist,
- przeprowadzana jest weryfikacja dokumentów analitycznych oraz zaplanowanych działań optymalizacyjnych,
- element wiedzy weryfikowany jest poprzez test teoretyczny.

Warunkiem uzyskania pozytywnego wyniku walidacji jest spełnienie minimalnych kryteriów dla wszystkich wymaganych elementów.

Efekt usługi dokumentowany jest poprzez wydanie uczestnikowi imiennego certyfikatu potwierdzającego nabycie kompetencji w zakresie prowadzenia komunikacji marketingowej lokalu gastronomicznego w mediach społecznościowych.

# 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

Szkolenie realizowane w formie 7 bloków online live (Google Meet), łącznie 20h. Między Blokiem 4 a 5 uczestnik realizuje zadanie domowe – nagranie rolki we własnym lokalu. Proporcja: 30% teoria, 70% warsztaty i ćwiczenia praktyczne.

BLOK 1 (3h) – SM w gastronomii: jak to działa inaczej Specyfika HoReCa w SM; porównanie IG/FB/TikTok dla różnych typów lokali; analiza profili gastro (co działa, co nie); błędy najczęściej popełniane przez lokale. Warsztat: wybór kanałów SM + persona gościa. Produkt: karta wyboru kanałów.

BLOK 2 (3h) – Strategia dla lokalu gastro Filary komunikacji gastro (jedzenie, atmosfera, kulisy, ludzie, wartości); język marki – od casual bistro do fine dining; jak pokazywać menu bez nachalnej sprzedaży; bio i profil zoptymalizowany pod gastro. Warsztat: mini-strategia minimum dla własnego lokalu. Produkt: wypełniony szablon strategii.

BLOK 3 (3h) – Content gastro: co pokazywać i jak Typy treści w gastro: behind-the-scenes, dania, zespół, gość, eventy, sezonowość; struktura posta: hook gastro + historia + CTA (rezerwacja/odwiedź/zamów); AI do planowania contentu – pakiet promptów branżowych dla gastronomii. Warsztat: bank 10 tematów + 3 posty gotowe do publikacji. Produkt: bank tematów + gotowe posty + pakiet promptów AI.

BLOK 4 (3h) – Reels gastro: nagrywanie we własnym lokalu Nagrywanie w warunkach restauracyjnych (słabe światło, hałas, ciasna przestrzeń); scenariusze rolek: „jak powstaje danie”, „godzina przed otwarciem”, „nasz team”; workflow: okładka, opis, hashtagi. Warsztat: 2 scenariusze gastro. \*\*\* ZADANIE DOMOWE (między Blokiem 4 a 5) \*\*\* Uczestnik nagrywa min. 1 rolkę surową we własnym lokalu wg scenariusza z Bloku 4 i przesyła materiał przed Blokiem 5. Warunek uczestnictwa w Bloku 5.

BLOK 5 (3h) – CapCut + Captions: montaż rolki gastro Montaż w CapCut (cięcia, tempo, muzyka, napisy, kolorystyka spójna z marką); Captions – napisy automatyczne, poprawki; eksport do IG Reels i TikTok (9:16). Warsztat: montaż rolki nagranej we własnym lokalu + napisy. Produkt: 1 zmontowana rolka gotowa do publikacji.

BLOK 6 (2h) – Planowanie, analityka i optymalizacja Kalendarz treści dostosowany do rytmu gastronomii (menu, sezon, eventy, święta); wskaźniki specyficzne dla gastro; recykling treści: 1 nagranie → rolka + story + post. Warsztat: plan treści na 3 tygodnie + karta analityki. Produkt: plan treści + karta analityki z wnioskami.

BLOK 7 (3h) – Community, opinie i projekt końcowy Odpowiadanie na komentarze i opinie (w tym negatywne); Google Maps + SM = spójna reputacja; kiedy i jak promować posty płatnie; projekt końcowy + Q&A.;

Walidacja: ocena projektu wg checklisty + test (min. 15 pytań, zaliczenie od 60%). Produkt końcowy: mini-strategia + plan treści 3 tygodnie + rolka + checklisty.

## Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 10

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>1 z 10</b> SM w gastronomii: jak to działa inaczej	Marianna Strzelczyk	18-05-2026	09:00	12:00	03:00
<b>2 z 10</b> Strategia: filary, język marki	Marianna Strzelczyk	18-05-2026	12:00	15:00	03:00
<b>3 z 10</b> Strategia: mini-strategia, warsztat	Marianna Strzelczyk	21-05-2026	09:00	12:00	03:00
<b>4 z 10</b> Content gastro: typy treści, AI, posty	Marianna Strzelczyk	21-05-2026	12:00	14:00	02:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>5 z 10</b> Reels gastro: nagrywanie w lokalu, scenariusze	Marianna Strzelczyk	25-05-2026	09:00	12:00	03:00
<b>6 z 10</b> CapCut: montaż i cięcia	Marianna Strzelczyk	25-05-2026	12:00	14:00	02:00
<b>7 z 10</b> Captions, napisy, eksport 9:16	Marianna Strzelczyk	28-05-2026	09:00	10:00	01:00
<b>8 z 10</b> Planowanie, analityka, plan treści	Marianna Strzelczyk	28-05-2026	10:00	12:00	02:00
<b>9 z 10</b> Community, opinie, projekt końcowy + Q&A;	Marianna Strzelczyk	28-05-2026	12:00	14:00	02:00
<b>10 z 10</b> Walidacja końcowa – omówienie projektów + test	-	28-05-2026	14:00	15:00	01:00

## Cennik

### Cennik

Rodzaj ceny	Cena
<b>Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto</b>	3 800,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 113 ust. 1 ustawy o VAT ze względu na wartość sprzedaży	
<b>Koszt przypadający na 1 uczestnika netto</b>	3 800,00 PLN
<b>Koszt osobogodziny brutto</b>	172,73 PLN
<b>Koszt osobogodziny netto</b>	172,73 PLN

# Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

## Marianna Strzelczyk

dplomowana Social Media Managerka i Content Creatorka (dyplom Akademii Sztuk Pięknych w Gdańsku, Wydział Intermediów). Ponad 7 lat doświadczenia w prowadzeniu social mediów dla firm z różnych branż – najpierw w agencji marketingowej, następnie jako właścicielka JDG COMETA Marketing. Obsługa 42+ klientów w zakresie strategii SM, tworzenia contentu, produkcji reels i kampanii Meta Ads. Przeprowadzenie 99+ sesji filmowo-zdjęciowych. Usługi: kompleksowa obsługa FB/IG/TikTok, strategie marketingowe, audyty SM, mentoring 1:1, kampanie reklamowe Meta. Udokumentowane efekty: milionowe zasięgi dla klientów, skuteczne kampanie Meta (50+ leadów), ocena 5/5 w Google. Dokumenty potwierdzające: dyplom ASP, wpis CEIDG, umowy z klientami, referencje branżowe, portfolio na cometa-marketing.pl.

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Każdy uczestnik otrzymuje w formie cyfrowej (PDF/Dysk Google):

1. Szablon celów, mierników i strategii minimum dla gastronomii
2. Checklista wyboru kanałów SM (IG/FB/TikTok dla gastro)
3. Checklista optymalizacji profilu gastronomicznego
4. Bank tematów i struktur postów dla branży HoReCa
5. Pakiet promptów AI do planowania contentu gastro
6. Checklista nagrywania rolek w warunkach lokalu gastronomicznego
7. Checklista montażu w CapCut/Captions
8. Karta analityki (wskaźniki + interpretacja + testy)
9. Baza odpowiedzi na komentarze i DM (w tym opinie negatywne)
10. Schemat decyzji: kiedy i co promować płatnie
11. Kalendarz treści na 3 tygodnie (szablon do wypełnienia)
12. Checklisty rutyny tygodniowej i miesięcznej

### Warunki uczestnictwa

1. zarejestrowanie i założenie konta w Bazie Usług Rozwojowych
2. ewentualne zapisanie się na szkolenie za pośrednictwem Bazy i przypisanego ID wsparcia lub KFS oraz spełnienie wszystkich warunków uczestnictwa w danym projekcie określonych przez Operatora

### Informacje dodatkowe

Uczestnik powinien: – posiadać podstawową umiejętność obsługi smartfona i internetu, – mieć dostęp do konta firmowego lub możliwość pracy na koncie testowym, – dysponować smartfonem z aparatem oraz stabilnym łączem internetowym, – mieć zainstalowane aplikacje CapCut oraz Captions (lub ich odpowiedniki).

Harmonogram podano w godzinach zegarowych a liczbę godzin szkolenia podano w godzinach dydaktycznych (45 minut).

W czasie szkolenia planowana są przerwy 15 minutowe przerwy każdorazowo ustalane z uczestnikami szkolenia oraz w przypadku szkolenia w godzinach obiadowych jedna przerwa 30 minutowa również każdorazowo ustalana z uczestnikami szkolenia

Szkolenie realizowane w grupach max. 12 osób – każdy uczestnik otrzymuje indywidualny feedback do tworzonych materiałów (posty, scenariusze, nagrania, rolki). Między Blokiem 4 a Blokiem 5 uczestnik realizuje zadanie praktyczne: nagrywa min. 1 rolkę surową we własnym lokalu i przesyła materiał przed Blokiem 5. Oddanie nagrania jest warunkiem ucz

## Warunki techniczne

Platforma szkoleniowa: Google Meet Wymagania sprzętowe:

- komputer, laptop lub tablet z kamerą i mikrofonem, LUB
- smartfon z zainstalowaną aplikacją Google Meet Minimalne łącze: min. 10 Mb/s pobieranie i wysyłanie Wymagane oprogramowanie:
- przeglądarka internetowa (Chrome, Firefox, Edge – aktualna wersja)
- aplikacja CapCut (bezpłatna, iOS lub Android)
- aplikacja Captions lub odpowiednik (iOS lub Android)
- konto Google (Dysk Google do odbioru materiałów)

## Kontakt



**Jarosław Choszcz**

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

**Telefon** (+48) 502 627 427