



Social Media dla małej firmy i początkujących SMM: strategia, content, rolki + CapCut/Captions + AI

Numer usługi 2026/03/27/189650/3441921

3 800,00 PLN brutto

3 800,00 PLN netto

172,73 PLN brutto/h

172,73 PLN netto/h

250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

PROJEKT GASTRO
SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚ
CIĄ

★★★★★ 4,9 / 5

4 oceny

📄 Usługa szkoleniowa

📺 zdalna w czasie rzeczywistym

🕒 22:00 h

📅 19.06.2026 do 11.07.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Szkolenie skierowane jest do właścicieli i właścicielek mikro- i małych firm, którzy samodzielnie prowadzą lub chcą rozpocząć prowadzenie profili firmowych w mediach społecznościowych, oraz do początkujących social media managerów chcących uporządkować wiedzę i zbudować powtarzalny proces pracy. Szkolenie jest przeznaczone dla osób świadczących usługi lub sprzedających produkty, które chcą zwiększyć rozpoznawalność marki i pozyskiwać klientów kanałami cyfrowymi. Uczestnik nie musi posiadać wcześniejszego doświadczenia w marketingu. 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). Szkolenie nie wymaga wcześniejszego doświadczenia w obsłudze narzędzi do montażu wideo ani w prowadzeniu działań marketingowych.

Minimalna liczba uczestników

4

Maksymalna liczba uczestników

12

Data zakończenia rekrutacji

18-06-2026

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

Liczba godzin usługi

22

Cel

Cel edukacyjny

Usługa „Social Media dla małej firmy i początkujących SMM: strategia, content, rolki + CapCut/Captions + AI – szkolenie online” przygotowuje do samodzielnego planowania i prowadzenia podstawowej komunikacji marki w mediach społecznościowych – od wyboru kanałów i opracowania strategii minimum, przez tworzenie i publikację treści (posty, karuzele, rolki), po edycję wideo w aplikacjach CapCut i Captions z wykorzystaniem narzędzi AI 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, LinkedIn) do celów i zasobów własnej firmy | Uczestnik wypełnia kartę wyboru kanałów wskazując min. 2 platformy z uzasadnieniem uwzględniającym cel, grupę docelową, typ oferty i dostępne zasoby – ocena wg arkusza weryfikacji przez walidatora | Obserwacja w warunkach symulowanych |
| Opracowuje strategię minimum dla własnej marki obejmującą cele, mierniki, grupę docelową, filary komunikacji i język marki. | Uczestnik wypełnia szablon strategii zawierający: min. 1 cel główny + 2 szczegółowe, min. 3 mierniki, personę klienta, min. 3 filary komunikacji oraz określony ton marki – weryfikacja wg checklisty przez walidatora. | Obserwacja w warunkach symulowanych |
| Tworzy treści do mediów społecznościowych: posty, stories i karuzele z zastosowaniem struktury hook–korzyści–CTA. | Uczestnik przygotowuje min. 3 posty gotowe do publikacji dla własnej marki zawierające prawidłową strukturę (hook, treść, CTA) – ocena wg arkusza jakości treści (min. 4 z 6 kryteriów spełnione). | Obserwacja w warunkach symulowanych |
| Wykorzystuje narzędzia AI (pakiet promptów) do planowania i tworzenia treści w mediach społecznościowych. | Uczestnik przygotowuje zestaw min. 5 własnych promptów do asystenta AI i stosuje je do wygenerowania min. 3 gotowych treści – weryfikacja przez walidatora wg kryteriów użyteczności i spójności z marką | Obserwacja w warunkach symulowanych |

| Efekty uczenia się | Kryteria weryfikacji | Metoda walidacji |
|---|--|-------------------------------------|
| Nagrywa i montuje rolkę w aplikacji CapCut z zastosowaniem cięć, tempa, muzyki i napisów, eksportuje w formacie 9:16 | Uczestnik przedstawia zmontowaną rolkę gotową do publikacji – walidator ocenia wg checklisty montażu (czytelność napisów, format 9:16, dynamika, spójność z marką) – min. 4 z 6 kryteriów spełnione. | Obserwacja w warunkach symulowanych |
| Planuje kalendarz treści dla własnej marki na min. 3 tygodnie z podziałem na typy treści i kanały | Uczestnik dostarcza wypełniony plan treści na 3 tygodnie zawierający min. 9 zaplanowanych publikacji z podziałem na typy (rolka, post, story) i tematykę – weryfikacja przez walidatora wg szablonu. | Obserwacja w warunkach symulowanych |
| Interpretuje podstawowe wskaźniki analityczne własnego profilu i planuje min. 1 działanie optymalizacyjne na ich podstawie. | Uczestnik wypełnia kartę analityki (zasięg, zaangażowanie, kliknięcia) i wskazuje min. 1 wniosek oraz 1 konkretny test optymalizacyjny – weryfikacja przez walidatora | Test teoretyczny |
| Formułuje odpowiedzi na komentarze i wiadomości DM zgodnie z zasadami komunikacji marki, w tym reaguje na trudne sytuacje. | Uczestnik przygotowuje bazę min. 5 gotowych odpowiedzi (DM/komentarze) dla typowych sytuacji – ocena wg kryteriów: ton, spójność z marką, konkretność odpowiedzi, CTA. | Obserwacja w warunkach symulowanych |

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem zawierają opis efektów uczenia się?

TAK

Pytanie 2. Czy dokument lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji i zgodnie z zaplanowanymi metodami walidacji?

TAK

Pytanie 3. Czy dokument lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielanie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

Program

Szkolenie realizowane w formie 7 bloków online live (Google Meet), łącznie 20h. Proporcja: 30% teoria, 70% warsztaty i ćwiczenia praktyczne.

BLOK 1 (3h) – Fundamenty: jak działają SM w małej firmie Rola SM w sprzedaży i zaufaniu; porównanie kanałów IG/FB/TikTok/LinkedIn/YouTube; błędy początkujących; kryteria wyboru kanałów (cel, grupa docelowa, zasoby, typ oferty). Warsztat: wybór kanałów komunikacji dla własnej firmy. Produkt: karta wyboru kanałów z uzasadnieniem.

BLOK 2 (3h) – Strategia minimum Cele i mierniki (szablon); persony/grupa docelowa; filary komunikacji (3–5); język marki; oferta w SM bez „wciskania”; plan 3 tygodnie/1 miesiąc. Warsztat: wypełnienie szablonu strategii minimum. Produkt: wypełniony szablon strategii minimum.

BLOK 3 (3h) – Content podstawowy + AI + odpowiedzialna komunikacja Typy treści: stories, posty, karuzele; copy: hook, korzyści, CTA; AI: budowanie prostego asystenta – pakiet promptów do marki; recykling treści, higiena plików, odpowiedzialna komunikacja (unikanie greenwashingu); podstawy dostępności treści (czytelne napisy, alt text). Warsztat: bank 10 tematów + 3 posty gotowe do publikacji + pakiet promptów AI. Produkt: bank tematów + gotowe posty + zestaw promptów.

BLOK 4 (3h) – Reels od zera: nagrywanie i scenariusze Nagrywanie telefonem (światło, dźwięk, kadry, tempo); szablony scenariuszy (hook → treść → CTA); workflow publikacji (okładka, opis, hashtagi, plan). Warsztat: 2 scenariusze do rolki + nagranie 1 rolki surowej. Produkt: 2 scenariusze + 1 nagrana rolka (surowa).

BLOK 5 (3h) – CapCut + Captions: montaż rolek CapCut: cięcia, tempo, muzyka, napisy, eksport 9:16; szablony vs ręczny montaż; Captions: napisy automatyczne, poprawki, czytelność. Warsztat: montaż 1 rolki (z materiału własnego) + napisy gotowe do publikacji. Produkt: 1 zmontowana rolka gotowa do publikacji.

BLOK 6 (2h) – Planowanie, analityka i optymalizacja Harmonogram treści; biblioteka pomysłów; recykling contentu; Terminarz Meta; kluczowe wskaźniki: zasięg, zaangażowanie, kliknięcia; mini-testy; SEO na IG/TikTok. Warsztat: plan treści na 3 tygodnie + karta analityki z wnioskami. Produkt: plan treści + karta analityki.

BLOK 7 (3h) – Community, sprzedaż i projekt końcowy Komunikacja w komentarzach/DM; CTA i obiekcje; wprowadzenie do reklam (kiedy promować, budżet testowy, typowe błędy); 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 rutyny.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 8

| Przedmiot / temat | Prowadzący | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|--|---------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| <div style="background-color: #e91e63; color: white; padding: 2px; border-radius: 5px; display: inline-block;">1 z 8</div> Fundamenty: jak działają SM w małej firmie Rola SM w sprzedaży | Marianna Strzelczyk | 19-06-2026 | 17:30 | 20:30 | 03:00 |

| Przedmiot / temat | Prowadzący | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|---|---------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| 2 z 8 Strategia minimum Cele i mierniki (szablon); osoby/grupa docelowa; filary komunikacji | Marianna Strzelczyk | 20-06-2026 | 09:00 | 12:00 | 03:00 |
| 3 z 8 Content podstawowy + AI + odpowiedzialna komunikacja Typy treści: stories, posty, karuzele; copy: hook, korzyści, CTA | Marianna Strzelczyk | 26-06-2026 | 17:30 | 20:30 | 03:00 |
| 4 z 8 Reels od zera: nagrywanie i scenariusze Nagrywanie telefonem | Marianna Strzelczyk | 27-06-2026 | 09:00 | 12:00 | 03:00 |
| 5 z 8 CapCut + Captions: montaż rolek CapCut: cięcia, tempo, muzyka, napisy, eksport | Marianna Strzelczyk | 03-07-2026 | 17:30 | 20:30 | 03:00 |
| 6 z 8 Planowanie, analityka i optymalizacja Harmonogram treści; biblioteka pomysłów | Marianna Strzelczyk | 04-07-2026 | 09:00 | 12:00 | 03:00 |
| 7 z 8 Community, sprzedaż i projekt końcowy Komunikacja w komentarzach/D M; CTA i obiekcje; wprowadzenie do reklam | Marianna Strzelczyk | 10-07-2026 | 17:30 | 20:30 | 03:00 |
| 8 z 8 Walidacja: ocena projektu wg checklisty + test (min. 15 pytań, zaliczenie od 60%) | - | 11-07-2026 | 09:00 | 10:00 | 01:00 |

Cennik

Cennik

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

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Marianna Strzelczyk

Marianna Strzelczyk – dyplomowana 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. Wskazane doświadczenie zawodowe zostało zdobyte w okresie nie wcześniejszym niż 5 lat przed datą publikacji usługi w Bazie Usług Rozwojowych.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

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

1. Szablon celów, mierników i strategii minimum
2. Checklista wyboru kanałów SM
3. Checklista optymalizacji profilu firmowego
4. Bank tematów i struktur postów

5. Pakiet promptów AI do planowania i tworzenia treści
6. Checklista nagrywania rolek (światło, dźwięk, kadry)
7. Checklista montażu w CapCut/Captions
8. Karta analityki (wskaźniki + interpretacja + testy)
9. Baza odpowiedzi na komentarze i DM
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

Zarejestrowanie i założenie konta w Bazie Usług Rozwojowych

Ewentualnie zapisanie się na szkolenie za pośrednictwem Bazy i przypisanego ID wsparcia lub KFS oraz spełnienie wszystkich warunków uczestnictwa w danym projekcie określonych przez Operatora

Uczestnik zobowiązany jest do udziału w co najmniej 80% zajęć realizowanych w ramach usługi.

Obecność uczestników weryfikowana jest na podstawie list obecności (logowań do platformy szkoleniowej) oraz bieżącej kontroli uczestnictwa podczas zajęć online przez prowadzącego.

Informacje dodatkowe

Szkolenie realizowane w grupach max. 12 osób – każdy uczestnik otrzymuje indywidualny feedback do tworzonych materiałów (posty, scenariusze, rolki). Szkolenie ma charakter warsztatowy – każdy uczestnik pracuje na materiałach własnej firmy/marki i wychodzi z gotowymi produktami do natychmiastowego użycia: strategią SM, planem treści, zmontowaną rolką oraz zestawem checklistów i szablonów. Szkolenie jest branżowo neutralne – uczestnik może reprezentować dowolną branżę (usługi, handel, rzemiosło, edukacja, zdrowie, lifestyle i inne).

Warunki techniczne

Uczestnik powinien:

Posiadać smartfon z aparatem umożliwiającym nagrywanie wideo.

Mieć zainstalowane aplikacje: CapCut (wersja bezpłatna) oraz Captions (lub odpowiednik z funkcją automatycznych napisów).

Posiadać aktywne konto na min. 1 platformie SM (Instagram lub TikTok lub Facebook) – firmowe lub testowe.

Dysponować stabilnym łączem internetowym umożliwiającym udział w zajęciach online. Szkolenie nie wymaga wcześniejszego doświadczenia w marketingu ani obsłudze narzędzi do montażu wideo.

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)

Najpóźniej 1 dzień przed startem każdej sesji uczestnik otrzyma Link Google Meet

Kontakt



Jarosław Choszcz

E-mail biuro.projektgastro@gmail.com

Telefon (+48) 502 627 427