



Platforma Wiedzy
Stanisław Woźniak

★★★★☆ 4,5 / 5

7 ocen

Marketing w mediach społecznościowych – kurs on-line

Numer usługi 2026/03/30/157246/3447123

📄 Usługa szkoleniowa

📺 zdalna w czasie rzeczywistym

🕒 06:00 h

📅 16.06.2026 do 16.06.2026

885,60 PLN brutto

720,00 PLN netto

147,60 PLN brutto/h

120,00 PLN netto/h

250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Grupa docelowa usługi	<p>Kurs jest skierowany do:</p> <ul style="list-style-type: none"> • pracowników firm i instytucji odpowiedzialnych za prowadzenie mediów społecznościowych; • właścicieli małych i średnich przedsiębiorstw rozwijających działania marketingowe; • specjalistów marketingu i komunikacji; • osób rozpoczynających pracę w obszarze social media; • osób nadzorujących działania marketingowe (np. menedżerów, koordynatorów); • przedstawicieli organizacji publicznych i pozarządowych; • osób współpracujących z agencjami marketingowymi i chcących lepiej rozumieć ich działania. <p>Kurs ma charakter uniwersalny – odpowiednie zarówno dla początkujących, jak i osób posiadających doświadczenie w prowadzeniu social media.</p>
Minimalna liczba uczestników	1
Maksymalna liczba uczestników	20
Data zakończenia rekrutacji	15-06-2026
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	6
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 do samodzielnego i skutecznego prowadzenia działań marketingowych w mediach społecznościowych poprzez rozwój kompetencji strategicznych, operacyjnych i analitycznych, w tym do tworzenia angażujących treści, zarządzania kontami firmowymi, wykorzystania narzędzi ekosystemu Meta oraz planowania i optymalizacji kampanii reklamowych, w celu zwiększenia widoczności, zaangażowania odbiorców oraz efektywności działań marketingowych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>EFEKT 1 (WIEDZA)</p> <p>Charakteryzuje zasady funkcjonowania mediów społecznościowych oraz mechanizmy wpływające na widoczność i zaangażowanie treści.</p>	<p>Uczestnik opisuje specyfikę platform Facebook i Instagram;</p> <p>Uczestnik omawia działanie algorytmów i ich wpływ na zasięgi;</p> <p>Uczestnik identyfikuje czynniki wpływające na skuteczność publikacji;</p> <p>Uczestnik rozróżnia formaty treści oraz ich zastosowanie w komunikacji marketingowej.</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
<p>EFEKT 2 (UMIEJĘTNOŚCI)</p> <p>Tworzy i publikuje angażujące treści dostosowane do specyfiki odbiorców i platformy.</p>	<p>Uczestnik przygotowuje treści zgodne z zasadami skutecznej komunikacji;</p> <p>Uczestnik dobiera odpowiednie materiały graficzne i formaty publikacji;</p> <p>Uczestnik stosuje właściwą strukturę i język postów;</p> <p>Uczestnik wykorzystuje narzędzia AI do tworzenia i optymalizacji treści.</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
<p>EFEKT 3 (UMIEJĘTNOŚCI)</p> <p>Zarządza kontami firmowymi oraz wykorzystuje narzędzia ekosystemu Meta w codziennej pracy.</p>	<p>Uczestnik konfiguruje i zarządza kontem firmowym;</p> <p>Uczestnik planuje i harmonogramuje publikacje;</p> <p>Uczestnik analizuje dane statystyczne i wyciąga wnioski;</p> <p>Uczestnik stosuje zasady bezpieczeństwa i zarządzania dostępami.</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
<p>EFEKT 4 (UMIEJĘTNOŚCI)</p> <p>Planuje i realizuje kampanie reklamowe w mediach społecznościowych.</p>	<p>Uczestnik tworzy kampanię reklamową krok po kroku;</p> <p>Uczestnik definiuje grupy docelowe i cele kampanii;</p> <p>Uczestnik dobiera budżet oraz umiejscowienia reklam;</p> <p>Uczestnik ocenia skuteczność działań reklamowych.</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>EFEKT 5 (KOMPETENCJE SPOŁECZNE)</p> <p>Buduje profesjonalne podejście do komunikacji marketingowej i rozwija skuteczność działań w mediach społecznościowych.</p>	<p>Uczestnik dostosowuje komunikację do odbiorców i celów organizacji;</p> <p>Uczestnik świadomie buduje wizerunek marki w social media;</p> <p>Uczestnik analizuje działania własne i konkurencji;</p> <p>Uczestnik planuje rozwój kompetencji w obszarze marketingu cyfrowego.</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>

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

PROGRAM

1. Wprowadzenie do mediów społecznościowych

Powitanie uczestników

Przegląd popularności platform społecznościowych w Polsce

2. Bezpieczeństwo na platformie Facebook

Dostęp do firmowych kont i stron w mediach społecznościowych – kluczowe różnice

Zasady bezpiecznego zarządzania kontami pracowników oraz kontami firmowymi

3. Kluczowe ustawienia konta administratora

Aktualności (feed) konta firmowego jako narzędzie bezpłatnej promocji

Nadawanie i zarządzanie uprawnieniami użytkowników

Najważniejsze ustawienia konta – aspekty wymagające szczególnej uwagi

4. Meta Business Suite – zarządzanie działaniami

Konfiguracja automatycznych odpowiedzi

Planowanie i harmonogramowanie publikacji na Facebooku i Instagramie

Analiza danych statystycznych i ich praktyczne wykorzystanie

5. Algorytmy Facebooka i Instagrama

Personalizacja algorytmów z wykorzystaniem sztucznej inteligencji (AI) w 2026 roku

Kluczowe czynniki wpływające na zasięgi na Facebooku

Kluczowe czynniki wpływające na zasięgi na Instagramie

Różnice w działaniu algorytmów obu platform

Najbardziej angażujące formaty treści

Optymalny czas publikacji

Metody zwiększania zaangażowania i zasięgów

Wpływ mediów społecznościowych na widoczność treści (SEO)

6. Tworzenie angażujących treści

Cechy skutecznych i atrakcyjnych publikacji

Struktura i język postów

Dobór materiałów graficznych – dobre praktyki

Publikacja wizerunku – podstawowe aspekty prawne

7. Analiza przykładów

Przykłady postów i rolek na Facebooku i Instagramie

Dopasowanie treści do specyfiki branż uczestników

8. Wprowadzenie do sztucznej inteligencji (AI)

Wykorzystanie narzędzi AI w tworzeniu i redagowaniu treści

Wykorzystanie AI w generowaniu i edycji materiałów graficznych

9. Zarządzanie portfolio firmowym (Meta Business Manager)

Zakładanie konta w Menedżerze Firmy

Dodawanie i zarządzanie stronami

Przydzielanie ról i uprawnień użytkownikom

10. Wprowadzenie do reklam w ekosystemie Meta (Facebook i Instagram)

Tworzenie konta reklamowego oraz konfiguracja płatności

Proces tworzenia kampanii reklamowej – krok po kroku: wybór celu kampanii, określenie budżetu,

definiowanie grupy docelowej, dobór umiejscowień reklam, przygotowanie kreacji reklamowej

Zasady tworzenia skutecznych komunikatów reklamowych (tekst i grafika)

Biblioteka reklam jako narzędzie analizy działań konkurencji

11. Podsumowanie, odpowiedzi na pytania Uczestników

HARMONOGRAM

17 16 czerwca 2026 r., godz. 9:00–16:00

- 9:00–9:30 Wprowadzenie do mediów społecznościowych – powitanie uczestników, ranking popularności platform w Polsce – wykład
- 9:30–10:00 Bezpieczeństwo na Facebooku – dostęp do kont firmowych i pracowniczych, zasady bezpiecznego zarządzania dostępami – wykład
- 10:00–10:30 Kluczowe ustawienia konta administratora – feed jako narzędzie promocji, nadawanie uprawnień, istotne ustawienia konta – wykład + omówienie przykładów
- 10:30–11:15 Meta Business Suite – automatyzacja odpowiedzi, planowanie publikacji, analiza statystyk – ćwiczenia praktyczne
- 11:15–11:45 Przerwa (niewliczana)
- 11:45–12:45 Algorytmy Facebooka i Instagrama – działanie algorytmów, czynniki wpływające na zasięgi, formaty treści, optymalizacja publikacji – wykład + omówienie przykładów
- 12:45–13:30 Tworzenie angażujących treści – konstrukcja postów, język komunikacji, dobór grafik, aspekty prawne – ćwiczenia praktyczne
- 13:30–13:45 Analiza przykładów – przegląd postów i rolek oraz dopasowanie do branż uczestników – analiza przypadków
- 13:45–14:30 Wykorzystanie AI w social media – tworzenie treści i grafik z wykorzystaniem narzędzi AI – ćwiczenia praktyczne
- 14:30–14:45 Przerwa (niewliczana)
- 14:45–15:00 Zarządzanie portfolio firmowym – zakładanie Menedżera Firmy, dodawanie stron, zarządzanie uprawnieniami – wykład
- 15:00–15:50 Reklama w ekosystemie Meta (Facebook i Instagram) – konfiguracja konta reklamowego, tworzenie kampanii krok po kroku, zasady skutecznych kreacji, analiza konkurencji – ćwiczenia praktyczne
- 15:50–16:00 Walidacja efektów uczenia się – test online oraz sesja pytań i odpowiedzi

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 13

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 13 Wprowadzenie do mediów społecznościowych – powitanie uczestników, ranking popularności platform w Polsce – wykład	Marcin Pietraszek	16-06-2026	09:00	09:30	00:30

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<p>2 z 13 Bezpieczeństwo na Facebooku – dostęp do kont firmowych i pracowniczych, zasady bezpiecznego zarządzania dostępami – wykład</p>	Marcin Pietraszek	16-06-2026	09:30	10:00	00:30
<p>3 z 13 Kluczowe ustawienia konta administratora – feed jako narzędzie promocji, nadawanie uprawnień, istotne ustawienia konta – wykład + omówienie przykładów</p>	Marcin Pietraszek	16-06-2026	10:00	10:30	00:30
<p>4 z 13 Meta Business Suite – automatyzacja odpowiedzi, planowanie publikacji, analiza statystyk – ćwiczenia praktyczne</p>	Marcin Pietraszek	16-06-2026	10:30	11:15	00:45
<p>5 z 13 Przerwa (niewliczana)</p>	Marcin Pietraszek	16-06-2026	11:15	11:45	00:30
<p>6 z 13 Algorytmy Facebooka i Instagrama – działanie algorytmów, czynniki wpływające na zasięgi, formaty treści, optymalizacja publikacji – wykład + omówienie przykładów</p>	Marcin Pietraszek	16-06-2026	11:45	12:45	01:00

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
7 z 13 Tworzenie angażujących treści – konstrukcja postów, język komunikacji, dobór grafik, aspekty prawne – ćwiczenia praktyczne	Marcin Pietraszek	16-06-2026	12:45	13:30	00:45
8 z 13 Analiza przykładów – przegląd postów i rolek oraz dopasowanie do branż uczestników – analiza przypadków	Marcin Pietraszek	16-06-2026	13:30	13:45	00:15
9 z 13 Wykorzystanie AI w social media – tworzenie treści i grafik z wykorzystaniem narzędzi AI – ćwiczenia praktyczne	Marcin Pietraszek	16-06-2026	13:45	14:30	00:45
10 z 13 Przerwa (niewliczana)	Marcin Pietraszek	16-06-2026	14:30	14:45	00:15
11 z 13 Zarządzanie portfolio firmowym – zakładanie Menedżera Firmy, dodawanie stron, zarządzanie uprawnieniami – wykład	Marcin Pietraszek	16-06-2026	14:45	15:00	00:15

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
12 z 13 Reklama w ekosystemie Meta (Facebook i Instagram) – konfiguracja konta reklamowego, tworzenie kampanii krok po kroku, zasady skutecznych kreacji, analiza konkurencji – ćwiczenia praktyczne	Marcin Pietraszek	16-06-2026	15:00	15:50	00:50
13 z 13 Walidacja efektów uczenia się – test online	-	16-06-2026	15:50	16:00	00:10

Cennik

Jeżeli korzystasz z dofinansowania w wysokości co najmniej 70% przysługuje Tobie zwolnienie z podatku VAT

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	885,60 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	720,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	147,60 PLN
Koszt osobogodziny netto	120,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Marcin Pietraszek

Trener, konsultant, znany i ceniony ekspert social media. Od kilkunastu lat obsługuje konta swoich Klientów na Facebooku, Instagramie i LinkedIn, a także prowadzi na ich zlecenie kampanie

reklamowe.

W ciągu ostatnich kilku lat przeszkolił kilkaset osób z tematyki mediów społecznościowych – pracowników firm, instytucji oraz przedstawicieli organizacji pozarządowych. Jest autorem wielu artykułów na temat marketingu, a także książek, w których znaleźć można wskazówki m.in. na temat wykorzystywania mediów społecznościowych w małych firmach.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały na szkolenie przekazujemy mailowo w formie PDF. Jest to prezentacja, którą krok po kroku trener analizuje podczas szkolenia.

Warunki uczestnictwa

WARUNKI ORGANIZACYJNE

- Forma: zdalna w czasie rzeczywistym (Zoom)
- Maksymalna liczba uczestników: 20 osób
- Każdy uczestnik pracuje na samodzielnym stanowisku komputerowym
- Uczestnicy wykonują ćwiczenia indywidualnie
- Materiały szkoleniowe przekazywane w wersji elektronicznej

Informacje dodatkowe

Walidacja efektów uczenia się prowadzona jest na zakończenie warsztatu.

Obejmuje:

- test wiedzy online.

Warunkiem potwierdzenia osiągnięcia efektów uczenia się jest:

- uzyskanie minimum 60% poprawnych odpowiedzi w teście.

Warunki techniczne

Platforma szkoleniowa:

Zoom (spotkanie na żywo w czasie rzeczywistym)

Minimalne wymagania sprzętowe:

- komputer lub laptop z systemem Windows lub macOS (zalecany),
- kamera internetowa (zalecana),
- mikrofon i słuchawki lub głośniki,
- możliwość korzystania z przeglądarki internetowej.

Minimalne wymagania dotyczące łącza internetowego:

- łącze internetowe min. 10 Mb/s (zalecane 20 Mb/s),
- stabilne połączenie umożliwiające transmisję audio i wideo w czasie rzeczywistym.

Wymagane oprogramowanie:

- aplikacja Zoom (zalecana wersja desktopowa) lub dostęp przez przeglądarkę internetową,
- możliwość odbioru materiałów szkoleniowych w formacie PDF.

Sposób realizacji zajęć on-line:

- wykład z prezentacją i udostępnianiem ekranu,
- warsztat na wzorach dokumentów (omówienie przykładów),
- analiza case study,
- sesja pytań i odpowiedzi na żywo,
- komunikacja przez chat,
- test walidacyjny online na zakończenie szkolenia.

Kontakt



STANISŁAW WOŹNIAK

E-mail biuro@platformawiedzy.com.pl

Telefon (+48) 511 003 137