



PROFITONIC Maciej
Leonard

★★★★★ 4,8 / 5

735 ocen

Narzędzia i Techniki Marketingu Internetowego – szkolenie rozwijające praktyczne umiejętności cyfrowe

Numer usługi 2026/04/09/119739/3474781

- 📄 Usługa szkoleniowa
- 📺 zdalna w czasie rzeczywistym
- 🕒 24:00 h
- 📅 15.06.2026 do 18.06.2026

5 100,00 PLN brutto

5 100,00 PLN netto

212,50 PLN brutto/h

212,50 PLN netto/h

250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Grupa docelowa usługi	Szkolenie jest przeznaczone dla właścicieli oraz pracowników mikro, małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP), którzy chcą skutecznie promować swoją markę lokalną w mediach społecznościowych. Uczestnicy mogą być odpowiedzialni za marketing, sprzedaż, obsługę klienta lub dopiero rozpoczynać swoją przygodę z tworzeniem treści online.
Minimalna liczba uczestników	2
Maksymalna liczba uczestników	8
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	24
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

Celem szkolenia jest rozwinięcie praktycznych kompetencji cyfrowych uczestników w zakresie planowania, tworzenia i analizowania działań marketingu internetowego, ze szczególnym uwzględnieniem mediów społecznościowych (Instagram, Facebook), Wizytówki Google oraz narzędzia Canva.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
.	.	Test teoretyczny

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 rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

Program

DZIEŃ 1 INSTAGRAM I INSTAGRAM STORIES

BLOK 1 : Instagram jako narzędzie promocji (min. 2h) - ta część może trwać najdłużej

- Dlaczego warto działać na Instagramie
- Jak się komunikować: styl, częstotliwość, rodzaje postów
- Zabezpieczenie konta – najważniejsze ustawienia
- Prawidłowe BIO i optymalizacja profilu
- Spójność profilu – kolory, styl, estetyka
- Relacje wyróżnione (Highlights) – co powinny zawierać
- Skąd brać pomysły na treści (źródła inspiracji)
- Hashtagi – jak je dobierać i kiedy używać
- Rozmiary grafik i formaty treści
- Łączenie publikacji z Facebookiem – oszczędność czasu
- Jakie kreacje reklamowe działają i dlaczego
- Tworzenie prostego harmonogramu treści

BLOK 2 : Wprowadzenie do Instagram Stories

- Czym są Stories i czym różnią się od postów
- Zalety Stories – dlaczego zwiększają zaangażowanie
- Jakie treści najlepiej sprawdzają się w Stories
- Format Stories – najważniejsze zasady

- Stories na IG vs Stories na Facebooku

BLOK 3: Jak tworzyć angażujące Stories

- Relacja na Instagramie krok po kroku
- Naklejki: ankiety, quizy, pytania, suwaki
- Storytelling w Stories: wstęp – rozwinięcie – zakończenie – CTA
- Rola muzyki i dźwięków w budowaniu emocji

BLOK 4 : Stories w komunikacji lokalnej

- Dlaczego Stories są kluczowe dla firm lokalnych
- Pokazywanie codzienności i „ludzkiej strony” marki
- Geotagi, lokalizacja i docieranie do odbiorców z okolicy

BLOK 5 : Planowanie i analiza Stories

- Planowanie Stories z wyprzedzeniem
- Jak Stories wspierają posty w feedzie
- Kluczowe statystyki i analiza efektywności

DZIEŃ 2 – Facebook & Wizytówka Google

BLOK 1: Facebook jako narzędzie komunikacji i sprzedaży

- Rola Facebooka w budowaniu społeczności
- Rodzaje treści, które działają najlepiej
- Jak często publikować?
- Jak pisać posty, które angażują odbiorców
- Zasady formatowania postów i grafik
- Jak tworzyć treści budujące relacje (stories, live, grupy)
- Najczęstsze błędy w komunikacji na Facebooku

BLOK 2: Profesjonalne prowadzenie strony na Facebooku

- Ustawienia strony i zakładek
- Opis firmy – jak napisać, aby był jasny i skuteczny
- CTA – przyciski, które zwiększają kontakt
- Jak odpowiadać na komentarze i wiadomości
- Jakie elementy wpływają na wiarygodność profilu

BLOK 3: Wizytówka Google – widoczność w wynikach lokalnych

- Czym jest Wizytówka Google i dlaczego jest kluczowa
- Podstawowa i zaawansowana optymalizacja profilu
- Kategorie, usługi, opis firmy – jak dobrać poprawnie
- Jak dodawać produkty, zdjęcia i aktualizacje
- Jak budować jej spójność wraz z Instagramem i Facebookiem

BLOK 4: Opinie i pozycjonowanie lokalne

- Jak pozyskiwać opinie zgodnie z regulaminem
- Jak odpowiadać na opinie pozytywne i negatywne
- Elementy wpływające na pozycjonowanie wizytówki

- Dlaczego zdjęcia i posty w GMB zwiększają widoczność

BLOK 5: Planowanie komunikacji i analiza wyników

- Planowanie postów i aktualizacji
- Analiza statystyk GMB
- Wnioski i dostosowanie działań

DZIEŃ 3 – CANVA: Profesjonalne treści graficzne

BLOK 1: Wprowadzenie do Canva

- Omówienie interfejsu i podstawowych funkcji
- Szablony: jak wybierać te właściwe
- Ustawienia brandowe: kolory, fonty, logo
- Zasady projektowania grafik pod social media

BLOK 2: Tworzenie postów i grafik do social media

- Tworzenie estetycznych postów FB i IG
- Najważniejsze zasady kompozycji
- Grafiki ofertowe, edukacyjne, informacyjne
- Jak wyróżnić się wizualnie bez przeładowania projektu

PRAKTYKA:

- ✓ 1 post informacyjny
- ✓ 1 post edukacyjny
- ✓ 1 grafika sprzedażowa

BLOK 3: Karuzele i wizualne storytelling

- Czym jest dobra karuzela i kiedy jej używać
- Struktura karuzeli: hook – rozwinięcie – CTA
- Czytelność tekstu i hierarchia informacji
- Jak dopasować karuzelę do marki i odbiorcy

PRAKTYKA: stworzenie kompletnej karuzeli (5–8 slajdów)

BLOK 4: Stories w Canvie + przygotowanie materiałów

- Szablony do Stories
- Animacje i proste efekty
- Jak tworzyć estetyczne i spójne serie Stories
- Różnice między formatami Stories / Reels / posty

BLOK 5: Eksport, formaty i dobre praktyki

- Jak zapisywać projekty, by nie traciły jakości
- PNG vs JPG vs MP4
- Optymalne rozdzielczości i proporcje

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	5 100,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT	
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 100,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	212,50 PLN
Koszt osobogodziny netto	212,50 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Aleksandra Domanowska

Olga Domanowska

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Warunki uczestnictwa

W przypadku szkoleń dofinansowanych z Funduszy Europejskich , warunkiem uczestnictwa jest zarejestrowanie i założenie konta w Bazie Usług Rozwojowych , zapisanie się na szkolenie za pośrednictwem Bazy oraz spełnienie wszystkich warunków określonych przez Operatora, udzielającego dofinansowanie

Informacje dodatkowe

Szkolenie realizowane jest **w godzinach lekcyjnych**, przy czym **1 godzina lekcyjna = 45 minut**.

Przerwy nie są wliczone w łączny czas trwania szkolenia.

Szkolenie trwa 24 **godziny lekcyjne** co odpowiada **18 godzinom zegarowym**.

Szkolenie kończy się walidacją w formie post- test'u. Absolwent szkolenia otrzymuje po pozytywnie zdanym post-teście (min.70 % punktów) oraz stwierdzeniu obecności na minimum 80% zajęć - zaświadczenie ukończenia szkolenia zgodnie z Rozporządzeniem Ministra Edukacji Narodowej z dnia 18 sierpnia 2017r. w sprawie kształcenia ustawicznego w formach pozaszkolnych.

Warunki techniczne

Zajęcia realizowane są **w formie zdalnej (online w czasie rzeczywistym)** z wykorzystaniem platformy do wideokonferencji (np. Zoom albo WebToLearn

Uczestnik musi posiadać **stabilne łącze internetowe** umożliwiające udział w zajęciach online.

Uczestnik musi dysponować **urządzeniem z dostępem do Internetu** (komputer lub tablet) umożliwiającym udział w szkoleniu oraz odsłuchiwanie treści audio-video.

Kontakt



MACIEJ LEONARD

E-mail maciejleonard@gmail.com

Telefon (+48) 514 970 108