



Szkolenie media społecznościowe (social media marketing) - strategia rozwoju marki osobistej / firmy na social media z elementami AI dla branży hotelowej

Numer usługi 2026/04/15/193147/3488250

15 990,00 PLN brutto
13 000,00 PLN netto
380,71 PLN brutto/h
309,52 PLN netto/h
233,33 PLN cena rynkowa ⓘ

PROMOTE

Marketing

Internetowy Mariana

Banasiak

★★★★★ 5,0 / 5

11 ocen

📍 Kamień Pomorski

🏠 Usługa szkoleniowa

📄 stacjonarna

🕒 42:00 h

📅 11.06.2026 do 16.06.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Informatyka i telekomunikacja / Internet

Szkolenie jest skierowane do **osób indywidualnych** chcących podnieść swoje kompetencje z własnej inicjatywy, a także do **pracowników i właścicieli firm**, którzy zajmują się promowaniem biznesu lub budowaniem wizerunku w mediach społecznościowych w branży hotelowej bądź chcą rozpocząć pracę w tym obszarze, usługa rozwojowa adresowana również dla **Uczestników projektu Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe**.

Grupa docelowa usługi

- **funkcje** - pracownicy działów marketingowych, freelancerzy, wirtualne asistentki, osoby zainteresowane tą tematyką, właściciele, którzy chcą promować samodzielnie swój biznes.
- **doświadczenie** - w szkoleniu mogą wziąć udział zarówno osoby początkujące lub takie, które już miały styczność ze strategią rozwoju w mediach społecznościowych. Wymagana jest znajomość komputera na poziomie średniozaawansowanym, obsługa kamery aparatu telefonu na poziomie średniozaawansowanym, znajomość program do edycji wideo na poziomie średniozaawansowanym.

Minimalna liczba uczestników

3

Maksymalna liczba uczestników

10

Data zakończenia rekrutacji

10-06-2026

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

42

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje do samodzielnego prowadzenia profili firmowych w mediach społecznościowych – w szczególności na Instagramie, Facebooku i TikToku – oraz do planowania strategii marketingowej dla biznesu w branży hotelowej.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Charakteryzuje zasady tworzenia treści w social mediach	Określa konstrukcje materiałów promujących, takich jak posta, relacji oraz rolki na Instagramie, Facebooku oraz TikToku (hook, problem/potrzeba odbiorcy, wartość/ rozwiązanie, social proof (opcjonalnie), CTA).	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Definiuje formaty treści na mediach społecznościowych (post/karuzela, rolka, relacja).	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Wymienia i opisuje podstawowe zasady tworzenia treści w social mediach (spójność, autentyczność, dopasowanie do grupy docelowej, angażujące CTA).	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Rozróżnia rodzaje treści (edukacyjne, sprzedażowe, wizerunkowe, rozrywkowe) i wskazuje ich zastosowanie.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Dobiera właściwy kanał komunikacji na social media do odbiorcy	Wymienia możliwości danego kanału	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Rozpoznaje cechy i potrzeby różnych grup odbiorców (np. B2B, B2C, lokalni klienci, młodzież, profesjonaliści itp.).	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Wskazuje, który kanał (Facebook, Instagram, TikTok) jest najefektywniejszy w komunikacji z daną grupą.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Dobiera format treści (post statyczny/karuzela, wideo, relacja) odpowiedni do wybranego kanału.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Stosuje metody komunikacji dopasowane do swojej niszy	Tworzy treści językiem korzyści dla swojej grupy docelowej.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Uzasadnia wybór kanału komunikacji, odnosząc się do celów biznesowych i specyfiki odbiorców.	Analiza dowodów i deklaracji
Stosuje zasady ochrony danych osobowych i poufności w działaniach marketingowych	Trzyma się zasad poufności we współpracy ze zleceniodawcami	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Planuje strategię rozwoju na mediach społecznościowych	Określa grupę docelową i jej potrzeby.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Opracowuje harmonogram działań komunikacyjnych (typy treści, częstotliwość publikacji, kanały).	Analiza dowodów i deklaracji
Montuje rolki / relacje sprzedażowe do mediów społecznościowych	Przygotowuje jedną rolkę/relację sprzedażową gotową do publikacji.	Analiza dowodów i deklaracji
	Dodaje elementy wizualne wzmacniające przekaz (napisy, grafiki, efekty specjalne).	Analiza dowodów i deklaracji
	Stosuje CTA (np. „kup teraz”, „zapisz się”, „napisz wiadomość”). Używa formatów i proporcji zgodnych z wymaganiami platformy (np. 9:16 dla IG/TikTok).	Obserwacja w warunkach rzeczywistych Analiza dowodów i deklaracji
	Stosuje podstawowe zasady psychologii sprzedaży (np. hook na początku, korzyści, wezwanie do działania).	Analiza dowodów i deklaracji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Projektuje grafiki sprzedażowe do mediów społecznościowych	Tworzy minimum jedną grafikę sprzedażową dostosowaną do wymagań konkretnej platformy (np. kwadrat 1080x1080 px dla Instagrama).	Analiza dowodów i deklaracji
	Stosuje spójność z identyfikacją wizualną marki (kolory, fonty, styl).	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Umieszcza na grafice kluczowy przekaz sprzedażowy (np. promocję, benefit, USP).	Analiza dowodów i deklaracji
	Wyróżnia CTA (np. „Kup teraz”, „Sprawdź ofertę”, „Zapisz się”).	Analiza dowodów i deklaracji
	Dbą o czytelność treści i hierarchię wizualną (nagłówek, grafika, CTA).	Analiza dowodów i deklaracji
	Uzasadnia wybór elementów graficznych i tekstowych w kontekście grupy docelowej.	Analiza dowodów i deklaracji
Analizuje raporty	Odczytuje kluczowe wskaźniki efektywności (np. zasięg, CTR, CPC, konwersje, zaangażowanie).	Analiza dowodów i deklaracji
	Porównuje dane w czasie (np. tydzień do tygodnia).	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Identyfikuje mocne i słabe strony prowadzonych działań na podstawie raportu.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Wyciąga wnioski i proponuje minimum dwa działania optymalizacyjne.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych

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

Warunki osiągnięcia celu edukacyjnego

Dla osiągnięcia celu edukacyjnego jakim jest Usługa prowadzi do samodzielnego prowadzenia profili na social mediach w branży hotelowej, w szczególności instagram i facebook, tym planowania strategii marketingowych dla lokalnych biznesów, w szkoleniu mogą wziąć udział zarówno osoby początkujące lub takie, które już miały styczność ze strategią marketingu internetowego. Wymagana jest znajomość smartfona oraz komputera na poziomie średniozaawansowanym.

Warunki organizacyjne

- czas szkolenia podany jest w godzinach zegarowych.
- łączna liczba godzin usługi: 42 godziny zegarowe, w tym: zajęcia: 35,5 godziny, walidacja: 1 godzina, przerwy: 5,5 godziny.
- przerwy wliczone są w czas trwania usługi
- szkolenie trwa 6 dni
- Walidacja zostanie przeprowadzona na sali na końcu szkolenia: metody walidacji - test teoretyczny z wynikami generowanymi automatycznie, analiza dowodów i deklaracji, obserwacja w warunkach rzeczywistych.
- uczestnicy pracują na własnych telefonach (modele od 2020 roku) oraz komputerach (opcjonalnie).

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 26

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 26 Wprowadzenie + branża hotelowa w social media - teoria	MARIANA BANASIAK	11-06-2026	09:00	11:00	02:00
2 z 26 Podstawy tworzenia treści (formaty, struktura, typy) - teoria	MARIANA BANASIAK	11-06-2026	11:00	13:00	02:00
3 z 26 Konstrukcja treści (hook, CTA, storytelling) - teoria+praktyka	MARIANA BANASIAK	11-06-2026	13:00	14:30	01:30

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
4 z 26 Przerwa	MARIANA BANASIAK	11-06-2026	14:30	15:30	01:00
5 z 26 Psychologia sprzedaży w social media - teoria+praktyka	MARIANA BANASIAK	11-06-2026	15:30	17:00	01:30
6 z 26 Grupy docelowe i potrzeby klientów hotelowych - teoria+praktyka	MARIANA BANASIAK	12-06-2026	09:00	11:00	02:00
7 z 26 Dobór kanałów komunikacji (FB, IG, TikTok) - teoria + praktyka	MARIANA BANASIAK	12-06-2026	11:00	13:00	02:00
8 z 26 Strategia marketingowa (blok strategiczny) - praktyka	MARIANA BANASIAK	12-06-2026	13:00	14:00	01:00
9 z 26 Przerwa	MARIANA BANASIAK	12-06-2026	14:00	15:00	01:00
10 z 26 Planowanie komunikacji i harmonogram - praktyka	MARIANA BANASIAK	12-06-2026	15:00	17:00	02:00
11 z 26 Tworzenie treści (rolki, relacje, posty) - praktyka	MARIANA BANASIAK	13-06-2026	09:00	11:30	02:30
12 z 26 Montaż wideo i elementy wizualne - praktyka	MARIANA BANASIAK	13-06-2026	11:30	13:30	02:00
13 z 26 Przerwa	MARIANA BANASIAK	13-06-2026	13:30	14:30	01:00

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
14 z 26 CTA i język sprzedażowy w praktyce - praktyka	MARIANA BANASIAK	13-06-2026	14:30	16:00	01:30
15 z 26 Grafiki sprzedażowe (Canva / AI) - praktyka	MARIANA BANASIAK	13-06-2026	16:00	17:00	01:00
16 z 26 Spójność wizualna marki - teoria + praktyka	MARIANA BANASIAK	14-06-2026	09:00	11:00	02:00
17 z 26 Wskaźniki efektywności (KPI) - teoria	MARIANA BANASIAK	14-06-2026	11:00	13:00	02:00
18 z 26 Przerwa	MARIANA BANASIAK	14-06-2026	13:00	14:00	01:00
19 z 26 Analiza danych i raportów - praktyka	MARIANA BANASIAK	14-06-2026	14:00	16:00	02:00
20 z 26 Optymalizacja działań marketingowych- praktyka	MARIANA BANASIAK	14-06-2026	16:00	17:00	01:00
21 z 26 Etyka i ochrona danych w marketingu - teoria	MARIANA BANASIAK	15-06-2026	09:00	11:00	02:00
22 z 26 Elementy AI w wideo - praktyka	MARIANA BANASIAK	15-06-2026	11:00	13:00	02:00
23 z 26 Przerwa	MARIANA BANASIAK	15-06-2026	13:00	14:00	01:00
24 z 26 Elementy AI w grafice - praktyka	MARIANA BANASIAK	15-06-2026	14:00	17:00	03:00

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
25 z 26 Podsumowanie /wskazówki indywidualne	MARIANA BANASIAK	16-06-2026	09:00	10:00	01:00
26 z 26 Walidacja	-	16-06-2026	10:00	11:00	01:00

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	15 990,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	13 000,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	380,71 PLN
Koszt osobogodziny netto	309,52 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

MARIANA BANASIAK

Mariana Banasak od ponad 10 lat związana jest z branżą kreatywną i marketingową. Karierę rozpoczęła jako grafik komputerowy, stopniowo rozwijając kompetencje w zakresie projektowania stron internetowych, e-commerce oraz budowania kompleksowych strategii marketingowych. Od kilku lat specjalizuje się w social media marketingu, wideo marketingu, wspierając przedsiębiorców i osoby budujące markę osobistą.

Jako praktyk prowadzi szkolenia indywidualne i grupowe w zakresie: skutecznej promocji w mediach społecznościowych, tworzenia treści wideo (nagranie, montaż, postprodukcja), projektowania grafik sprzedażowych, psychologii sprzedaży w treściach online, analizowaniu wyników.

Współpracuje z lokalnymi przedsiębiorcami oraz firmami w całej Polsce, tworząc skuteczne strategie komunikacji i ucząc, jak prowadzić profile społecznościowe w sposób angażujący i

sprzedażowy. Posiada doświadczenie w opracowywaniu kursów online oraz materiałów szkoleniowych, w tym autorskiego programu „SoMe: Take it easy”.

Jej szkolenia łączą praktykę, aktualne trendy i indywidualne podejście, dzięki czemu uczestnicy wychodzą nie tylko z wiedzą, ale przede wszystkim z gotowymi umiejętnościami do wdrożenia w swoim biznesie.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

- prezentacja w wersji elektronicznej dawana na koniec szkolenia.
- na życzenie osoby ze szczególnymi potrzebami dostawca udostępni materiały w formie zapewniającej dostępność.

Informacje dodatkowe

- przed zapisem na szkolenie, prosimy o kontakt z organizatorem
- podpisana umowa z WUP Toruń, z WUP Szczecin
- zawarta umowa z Wojewódzkim Urzędem Pracy w Szczecinie na świadczenie usług rozwojowych z wykorzystaniem elektronicznych bonów szkoleniowych w ramach projektu Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe

Adres

Kamień Pomorski 6
72-400 Kamień Pomorski
woj. zachodniopomorskie

Biuro Banasiak Reklamy

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Wi-fi

Kontakt



MARIANA BANASIAK

E-mail banasiak.mariana@gmail.com

Telefon (+48) 533 603 686