



## Reklamy Meta Ads (Facebook i Instagram) – skuteczne kampanie reklamowe krok po kroku

Numer usługi 2026/04/15/157622/3489228

2 460,00 PLN brutto  
2 000,00 PLN netto  
123,00 PLN brutto/h  
100,00 PLN netto/h  
250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

Grupa WW GovTech  
sp. z o.o.

★★★★★ 4,8 / 5

52 oceny

📄 Usługa szkoleniowa

📺 zdalna w czasie rzeczywistym

🕒 20:00 h

📅 26.05.2026 do 27.05.2026

## Informacje podstawowe

<b>Kategoria</b>	Biznes / Marketing
<b>Identyfikatory projektów</b>	Małopolski Pociąg do kariery, Kierunek - Rozwój, Nowy start w Małopolsce z EURESEM, Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe
<b>Grupa docelowa usługi</b>	<p>Szkolenie skierowane jest do:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>właścicieli firm i osób prowadzących działalność gospodarczą,</li><li>pracowników działów marketingu, promocji, sprzedaży i komunikacji,</li><li>osób odpowiedzialnych za prowadzenie działań reklamowych na Facebooku i Instagramie,</li><li>specjalistów ds. social media, e-commerce i performance marketingu,</li><li>pracowników instytucji, organizacji i marek chcących promować usługi, produkty lub działania w ekosystemie Meta,</li><li>osób rozpoczynających pracę z reklamami Meta Ads lub chcących uporządkować i rozwinąć swoje kompetencje w tym obszarze.</li></ul> <p>Usługa jest przeznaczona również dla osób, które chcą nauczyć się planować, uruchamiać, analizować i optymalizować kampanie reklamowe na Facebooku i Instagramie z wykorzystaniem Menedżera reklam Meta.</p>
<b>Minimalna liczba uczestników</b>	1
<b>Maksymalna liczba uczestników</b>	5
<b>Data zakończenia rekrutacji</b>	22-05-2026
<b>Forma prowadzenia usługi</b>	zdalna w czasie rzeczywistym
<b>Liczba godzin usługi</b>	20

# Cel

## Cel edukacyjny

Nabycie przez uczestników wiedzy i praktycznych umiejętności w zakresie planowania, tworzenia, uruchamiania, monitorowania i optymalizacji kampanii reklamowych w systemie Meta Ads. Uczestnicy poznają zasady działania Menedżera reklam Meta, uczą się dobierać cele kampanii do celów biznesowych, definiować grupy odbiorców, tworzyć kreacje reklamowe i komunikaty dopasowane do celu kampanii, planować budżet i harmonogram emisji, wykorzystywać Piksel Meta oraz analizować wyniki kampanii.

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

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik wyjaśnia zasady działania systemu Meta Ads i strukturę kampanii reklamowej	Rozróżnia poziomy: kampania, zestaw reklam, reklama oraz wskazuje ich funkcje w procesie konfiguracji kampanii	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik dobiera cel kampanii reklamowej do celu biznesowego lub komunikacyjnego	Wskazuje właściwy cel kampanii dla określonego scenariusza, np. zasięg, ruch, leady, aktywność lub konwersje	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik definiuje grupy odbiorców kampanii w Meta Ads	Rozróżnia grupy podstawowe i niestandardowe, opisuje zastosowanie remarketingu i grup lookalike oraz wskazuje elementy targetowania	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik przygotowuje założenia kreacji reklamowej dopasowanej do celu kampanii	Wskazuje elementy skutecznej reklamy: grafika lub wideo, nagłówek, tekst, CTA i link oraz dobiera je do celu kampanii	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik planuje budżet i harmonogram kampanii reklamowej	Rozróżnia budżet dzienny i całkowity, wskazuje zasady planowania emisji oraz opisuje znaczenie fazy uczenia się kampanii	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik analizuje wyniki kampanii i wskazuje działania optymalizacyjne.	Rozpoznaje znaczenie wskaźników CTR, CPC, CPA i konwersji oraz wskazuje możliwe zmiany w grupie odbiorców, kreacji, budżecie i harmonogramie	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

# 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?

TAK

## Program

Usługa zdalna w czasie rzeczywistym, szkolenie realizowane jest w godzinach dydaktycznych 45 min (20 godzin dydaktycznych = 15 godzin zegarowych) Przerwy nie są wliczone w cenę usługi.

### 1.Wprowadzenie do ekosystemu Meta Ads

- czym jest Menedżer reklam Meta,
  - gdzie wyświetlane są reklamy Meta,
  - jak działa system aukcyjny reklam,
  - co wpływa na skuteczność reklamy.

### 2.Struktura kampanii reklamowej

- kampania,
  - zestaw reklam,
  - reklama,
  - zależności między poziomami kampanii.

### 3.Cele kampanii reklamowej

- zasięg,
  - ruch,
  - aktywność,
  - leady,
  - konwersje,
  - dobór celu kampanii do celu biznesowego.

### 4.Najczęstsze błędy i przyczyny niskiej skuteczności reklam

- źle dobrany cel,
  - niedopasowana grupa odbiorców,
  - brak testowania,
  - zbyt niski budżet lub zbyt krótka emisja,
  - brak analizy wyników.

### 5.Grupy odbiorców w Meta Ads

- grupy podstawowe,
  - dane demograficzne, lokalizacja, zainteresowania, zachowania,
  - grupy niestandardowe,
  - remarketing,
  - grupy podobnych odbiorców (lookalike).

## 6. Budżet i harmonogram kampanii

- budżet dzienny i budżet całkowity,
  - planowanie emisji reklam,
  - harmonogram kampanii,
  - faza uczenia się,
  - zasady testowania i zarządzania budżetem.

## 7. Tworzenie kreacji reklamowych

- zasady tworzenia grafik i materiałów reklamowych,
  - dopasowanie reklamy do celu kampanii,
  - znaczenie CTA,
  - tworzenie tekstów reklamowych,
  - wykorzystanie prostych narzędzi graficznych, np. Canva.

## 8. Uruchomienie kampanii krok po kroku

- konfiguracja kampanii,
  - ustawienia zestawu reklam,
  - wybór grup odbiorców,
  - przygotowanie reklamy,
  - publikacja kampanii.

## 9. Piksel Meta

- czym jest Piksel Meta,
  - jak działa,
  - śledzenie działań użytkowników,
  - wykorzystanie danych do remarketingu i optymalizacji.

## 10. Analiza wyników i optymalizacja kampanii

- podstawowe wskaźniki: CTR, CPC, CPA, konwersje,
- ocena skuteczności reklam,
- wyciąganie wniosków z danych,
- działania optymalizacyjne w kampanii.

## 11. Podsumowanie i omówienie dobrych praktyk

- uporządkowanie procesu pracy z kampanią Meta Ads,
- najważniejsze zasady skutecznej reklamy,
- najczęstsze błędy i sposoby ich unikania.

# Metody pracy

- wykład interaktywny,
- prezentacja multimedialna,
- analiza przypadków,
- ćwiczenia praktyczne,
- praca z narzędziami,
- warsztat planowania kampanii,
- dyskusja moderowana i konsultacje.

# Forma walidacji

Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

# Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 15

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>1 z 15</b> Wprowadzenie do ekosystemu Meta Ads: Menedżer reklam Meta, zasada działania reklam, aukcja reklamowa	-	26-05-2026	08:00	08:45	00:45
<b>2 z 15</b> Cele kampanii reklamowej i struktura kampanii: kampania, zestaw reklam, reklama	-	26-05-2026	08:45	10:00	01:15
<b>3 z 15</b> Przerwa	-	26-05-2026	10:00	10:15	00:15
<b>4 z 15</b> Grupy odbiorców i niestandardowych odbiorców	-	26-05-2026	10:15	12:00	01:45
<b>5 z 15</b> Budżet i harmonogram kampanii: budżet dzienny, całkowity, faza uczenia się, plan emisji	-	26-05-2026	12:00	13:00	01:00
<b>6 z 15</b> Przerwa	-	26-05-2026	13:00	13:15	00:15
<b>7 z 15</b> Warsztat praktyczny: konfiguracja kampanii w Menedżerze reklam Meta – ustawienie celu, zestawu reklam, odbiorców, budżetu i harmonogramu	-	26-05-2026	13:15	16:00	02:45

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>8 z 15</b> Piksel Meta: wdrożenie i zastosowanie	-	27-05-2026	08:00	09:00	01:00
<b>9 z 15</b> Teksty do reklam: zasady tworzenia skutecznych reklam, CTA, dopasowanie treści do celu kampanii	-	27-05-2026	09:00	10:00	01:00
<b>10 z 15</b> Przerwa	-	27-05-2026	10:00	10:15	00:15
<b>11 z 15</b> Tworzenie kreacji graficznych do reklam	ZUZANNA GRZYWA-MEDYŃSKA	27-05-2026	10:15	12:15	02:00
<b>12 z 15</b> Tworzenie i uruchamianie kampanii reklamowej krok po kroku: ustawianie reklamy, dobór kreacji, tekstów, CTA i publikacja kampanii	-	27-05-2026	12:15	14:15	02:00
<b>13 z 15</b> Przerwa	-	27-05-2026	14:15	14:30	00:15
<b>14 z 15</b> Analiza wyników kampanii: CTR, CPC, CPA, konwersje, interpretacja danych	-	27-05-2026	14:30	15:30	01:00
<b>15 z 15</b> Walidacja - test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie	-	27-05-2026	15:30	16:00	00:30

## Cennik

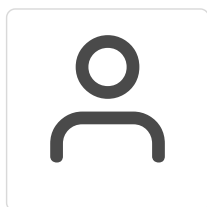
Jeżeli korzystasz z dofinansowania w wysokości co najmniej 70% przysługuje Tobie zwolnienie z podatku VAT

## Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	2 460,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	2 000,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	123,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	100,00 PLN

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

### ZUZANNA GRZYWA-MEDYŃSKA

Jestem grafiką z doświadczeniem w pracy w agencji marketingowej, gdzie zajmuję się tworzeniem materiałów wizualnych do mediów społecznościowych, kampanii reklamowych oraz projektów graficznych dla klientów różnych branż. Studiuję grafikę na poziomie akademickim, co pozwala mi łączyć wiedzę teoretyczną z praktyką zawodową.

Na co dzień pracuję w narzędziach projektowych, w tym w Canvie, którą wykorzystuję do szybkiego i efektywnego przygotowywania materiałów graficznych. Posiadam praktyczne umiejętności w zakresie obsługi Canvy oraz projektowania materiałów dostosowanych do potrzeb biznesowych i marketingowych.

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymują:

- prezentację ze szkolenia,
- certyfikat szkolenia.

### Warunki uczestnictwa

**Wymogi unijne związane z realizacją szkolenia z dofinansowaniem:**

- Logowanie się pełnym imieniem i nazwiskiem
- Włączona kamera oraz dostęp do mikrofonu

Niespełnienie powyższych może skutkować brakiem dofinansowania

- Warunkiem uzyskania zaświadczenia jest uczestnictwo w co najmniej 80%- 100% (w zależności od programu dofinansowania i podpisanej umowy z Operatorem) zajęć usługi rozwojowej

- W ramach realizacji usług szkoleniowych, Organizator utrwała wizerunek Uczestników w formie nagrań wideo, fotografii lub innych materiałów audiowizualnych wyłącznie w celach archiwizacyjnych, kontrolnych oraz dokumentacyjnych związanych z projektem dofinansowanym.
- Uczestnik zapisując się na szkolenie wyraża zgodę na utrwalenie i wykorzystanie jego wizerunku w wyżej wymienionych celach.
- Organizator nie udostępnia nagrań Uczestnikom po szkoleniu.

## Informacje dodatkowe

Organizator szkolenia zapewnia też wsparcie techniczne lub merytoryczne w postaci 60 minut konsultacji z prowadzącym szkolenie. Ze wsparcia można skorzystać w okresie do 3 miesięcy od daty zakończenia szkolenia. Tematyka, zakres oraz tempo prowadzonych szkoleń dopasowane jest do potrzeb Uczestników szkolenia.

Zawarto Umowę z UP Toruń

**Szkolenie prowadzone jest w godzinach dydaktycznych (20 godzin dydaktycznych = 15 godzin zegarowych)**

**4 przerwy po 15 minut nie są wliczone w cenę usługi.**

## Warunki techniczne

Każdy uczestnik szkolenia powinien mieć możliwość korzystania z komputera z dostępem do Internetu.

Szkolenie będzie się odbywać za pomocą aplikacji Zoom – przed szkoleniem Uczestnicy otrzymają link.

Wymagania techniczne w przypadku szkoleń online:

- Procesor dwurdzeniowy 2GHz lub lepszy (zalecany czterordzeniowy)
- 2 GB pamięci RAM (zalecane 4 GB lub więcej)
- System operacyjny Windows 8 (zalecany Windows 10), Mac OS wersja 10.13 (zalecana najnowsza wersja), Linux, ChromeOS
- Ponieważ szkolenie prowadzone będzie na platformie opartej na przeglądarce, wymagane jest korzystanie z ich najaktualniejszych oficjalnych wersji, takich jak Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, Edge, Opera.
- Będzie to szkolenie realizowane w trybie dyskusji – umożliwi ona uczestnikom rozmowę wideo w czasie rzeczywistym zarówno z prowadzącym, jak też z innymi uczestnikami. Dzięki temu uczestnicy mają wrażenie osobistego udziału w szkoleniu z prowadzącym i innymi uczestnikami.
- Kamera internetowa oraz mikrofon.

## Kontakt



**ELŻBIETA RACHTAN**

**E-mail** e.rachtan@grupawww.dev

**Telefon** (+48) 793 123 470