



Social Media BASIC z AI - Twórz, Przyciągaj, Sprzedawaj

Numer usługi 2026/04/23/217577/3509679

2 880,00 PLN brutto
2 880,00 PLN netto
120,00 PLN brutto/h
120,00 PLN netto/h
226,67 PLN cena rynkowa ⓘ

CHARLES&CO
SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚ
CIĄ SPÓŁKA
KOMANDYTOWA

Brak ocen dla tego dostawcy

📍 Toruń
🏢 Usługa szkoleniowa
📄 stacjonarna
🕒 24:00 h
📅 20.07.2026 do 22.07.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Styl życia / Uroda

Identyfikatory projektów

Kierunek - Rozwój

Grupa docelowa usługi

Szkolenie od podstaw jest skierowane do:

- **Właściciele małych i średnich firm**, którzy chcą zwiększyć swoją widoczność w social media i pozyskać nowych klientów.
- **Specjalistów ds. marketingu** i osób odpowiedzialnych za promocję firmy w social media.
- **Przedsiębiorców w branży usługowej**, takich jak fryzjerzy, barberzy, kosmetolodzy, trenerzy personalni, którzy chcą skutecznie promować swoje usługi online.
- **Osób, które planują rozpocząć działalność online** i chcą budować swoją obecność w mediach społecznościowych od podstaw.

Jest to usługa adresowana również do uczestników projektu "Kierunek - Rozwój".

Minimalna liczba uczestników

2

Maksymalna liczba uczestników

5

Data zakończenia rekrutacji

16-07-2026

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

24

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Certyfikat VCC Akademia Edukacyjna

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje do samodzielnej efektywnej promocji swojej działalności, budowania silnej marki oraz zwiększenia sprzedaży usług. Uczestnicy poznają narzędzia, techniki oraz strategie potrzebne do tworzenia angażujących treści i kampanii reklamowych, które przyciągną klientów i zwiększą ich lojalność.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik wykorzystuje różne platformy do promocji swojej działalności.	Wybiera platformy społecznościowe adekwatne do charakteru działalności i grupy odbiorców (np. Facebook, TikTok, LinkedIn). Określa cele marketingowe i dopasowuje do nich rodzaj treści (np. informacyjna, sprzedażowa, edukacyjna).	Obserwacja w warunkach rzeczywistych Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Uczestnik buduje spójną i atrakcyjną markę w Social Media.	Publikuje przykładowe treści promocyjne na minimum dwóch platformach, stosując zasady estetyki i komunikacji marketingowej. Uczestnik opracowuje strategię budowy marki w mediach społecznościowych, w tym określić tożsamość wizualną i ton komunikacji.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Uczestnik tworzy i publikuje wartościowe i angażujące treści.	Kursant tworzy różnorodne treści (posty, wideo, relacje, live'y) dopasowane do potrzeb i preferencji grupy docelowej.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Skutecznie sprzedaje usługi poprzez Social Media.	Uczestnik wykorzystuje różne techniki sprzedażowe, takie jak storytelling, oferty specjalne, promocje i wezwania do działania (call to action), aby przyciągnąć nowych klientów.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Mierzy skuteczność działań w Social Mediach.	Kursant korzysta z narzędzi analitycznych, takich jak Facebook Insights, Instagram Insights czy Google Analytics, aby śledzić wskaźniki efektywności (KPI): zasięg, zaangażowanie, konwersje.	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

Szkolenie składa się z 3 dni zawierających 24 godzin zegarowych szkolenia oraz 60 min. przerwę (przerwa nie wchodzi w czas trwania szkolenia). Harmonogram zawiera szczegółowy opis prowadzonych etapów szkolenia rozpisanych w godzinach zegarowych.

Grupa - max. 5 osoby.

Liczba stanowisk - 5, w których skład wchodzi takie elementy jak:

- materiały szkoleniowe,
- biurko,
- krzesło.

DZIEŃ 1

8.00 - 09.30

Wprowadzenie do Social Mediów:

- Wprowadzenie do świata social mediów
- Analiza potrzeb biznesowych i działań w social mediach

09.30 - 11.00

Platformy Social Media - Przegląd:

- Omówienie najpopularniejszych platform (Facebook, Instagram, Youtube, TikTok)
- Wybór odpowiednich platform dla różnych celów biznesowych

11.00 - 12.00 PRZERWA NA LUNCH (przerwa nie wchodzi w czas trwania szkolenia)

12.00 - 14.00

Tworzenie Strategii Social Media:

- Jak zdefiniować cele biznesowe w social mediach?

- Targetowanie grupy odbiorców
- Planowanie treści i kalendarz publikacji (godziny,dni)

14.00 - 16.30

Tworzenie angażujących treści:

- Zasady tworzenia angażujących postów
- Wideo, grafiki, teksty - co sprawdza się najlepiej?
- Wykorzystanie sztucznej inteligencji do tworzenia contentu na social media
- Przegląd po Canvie, Capcut i inne wybrane aplikacje do pomocy przy tworzeniu treści

16.30- 17.00

Podsumowanie Dnia Pierwszego

- Dyskusja i wymiana doświadczeń

DZIEŃ 2

8.00 - 09.30

Social Media Advertising:

- Wprowadzenie do płatnych kampanii reklamowych
- Facebook Ads, Instagram Ads, LinkedIn Ads: jak tworzyć skuteczne kampanie?
- Targetowanie i retargetowanie odbiorców

09.30 - 12.00

Budowanie Relacji i Zarządzanie Kryzysowe:

- Jak budować trwałe relacje z klientami?
- Obsługa klienta w social mediach
- Zarządzanie kryzysowe: jak reagować na negatywne komentarze i sytuacje kryzysowe?

12.00 - 13.00 PRZERWA NA LUNCH (przerwa nie wchodzi w czas trwania szkolenia)

13.00 - 15.00

Automatyzacja Social Media i Narzędzia Wspomagające:

- Przegląd narzędzi do automatyzacji publikacji i zarządzania social mediami (np. Hootsuite, Buffer)
- Korzyści z automatyzacji i oszczędność czasu

15.00 - 16.30

Zajęcia praktyczne

- Tworzenie grafik, relacji story, rolki

16.30- 17.00

Podsumowanie Dnia Drugiego

DZIEŃ 3

8.00 - 10.00

Strategia content marketingowa - praktyka

- Tworzenie planu treści na social media

- Budowa spójnej komunikacji marki
- Praca na przykładach biznesowych

10.00 - 13.00

Projekt praktyczny - Canva, AI, CapCut

- Opracowanie strategii social media
- Tworzenie treści:
 - grafiki (Canva)
 - wideo (CapCut)
 - treści tekstowe (AI)
- Budowa mini kampanii marketingowej

13.00 - 14.00 PRZERWA NA LUNCH (przerwa nie wchodzi w czas trwania szkolenia)

14.00 - 16.00

Prezentacja projektów

- Prezentacja prac uczestników
- Omówienie i analiza

16.00 - 17.00

Walidacja i zakończenie szkolenia

- Ocena efektów uczenia się
- Podsumowanie i rozdanie certyfikatów.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 17

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 17 Wprowadzenie do Social Mediów.	NATALIA KORDALSKA	20-07-2026	08:00	09:30	01:30
2 z 17 Platformy Social Media - Przegląd.	NATALIA KORDALSKA	20-07-2026	09:30	11:00	01:30
3 z 17 PRZERWA NA LUNCH (przerwa nie wchodzi w czas trwania szkolenia)	NATALIA KORDALSKA	20-07-2026	11:00	12:00	01:00
4 z 17 Tworzenie Strategii Social Media:	NATALIA KORDALSKA	20-07-2026	12:00	14:00	02:00

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
5 z 17 Tworzenie angażujących treści.	NATALIA KORDALSKA	20-07-2026	14:00	16:30	02:30
6 z 17 Podsumowanie Dnia Pierwszego	NATALIA KORDALSKA	20-07-2026	16:30	17:00	00:30
7 z 17 Social Media Advertising.	NATALIA KORDALSKA	21-07-2026	08:00	09:30	01:30
8 z 17 Budowanie Relacji i Zarządzanie Kryzysowe.	NATALIA KORDALSKA	21-07-2026	09:30	12:00	02:30
9 z 17 PRZERWA NA LUNCH (przerwa nie wchodzi w czas trwania szkolenia)	NATALIA KORDALSKA	21-07-2026	12:00	13:00	01:00
10 z 17 Przegląd narzędzi do automatyzacji publikacji i zarządzania social mediami.	NATALIA KORDALSKA	21-07-2026	13:00	15:00	02:00
11 z 17 Zajęcia praktyczne	NATALIA KORDALSKA	21-07-2026	15:00	16:30	01:30
12 z 17 Podsumowanie Dnia Drugiego	NATALIA KORDALSKA	21-07-2026	16:30	17:00	00:30
13 z 17 Strategia content marketingowa - praktyka	NATALIA KORDALSKA	22-07-2026	08:00	10:00	02:00
14 z 17 Projekt praktyczny - Canva, AI, CapCut	NATALIA KORDALSKA	22-07-2026	10:00	13:00	03:00

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
15 z 17 PRZERWA NA LUNCH (przerwa nie wchodzi w czas trwania szkolenia)	NATALIA KORDALSKA	22-07-2026	13:00	14:00	01:00
16 z 17 Prezentacja prac uczestników	NATALIA KORDALSKA	22-07-2026	14:00	16:00	02:00
17 z 17 Walidacja i zakończenie szkolenia	Patrycja Małek	22-07-2026	16:00	17:00	01:00

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	2 880,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT	
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	2 880,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	120,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	120,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 2



1 z 2

NATALIA KORDALSKA

Natalia Kordalska od 5 lat zajmuje się prowadzeniem Social Mediów różnych firm. Ukończyła studia z administracji i jest w trakcie studiów z zarządzania sprzedażą i marketingiem, co daje jej szeroką wiedzę z zakresu funkcjonowania firm oraz strategii marketingowych. Dodatkowo, ma na swoim koncie ukończone liczne kursy z różnych dziedzin social mediów, które wyposażyły ją w specjalistyczną wiedzę i umiejętności, niezbędne do skutecznego zarządzania obecnością marek w sieci. Na co dzień zarządza mediami społecznościowymi dla firm, w tym prowadzi Instagram salonu, w którym pełni rolę managera. Jej praca wyróżnia się skutecznością w budowaniu wizerunku marki online, co widać w systematycznym wzroście liczby obserwujących i poziomu zaangażowania na

firmowych profilach. Dzięki codziennemu korzystaniu z mediów społecznościowych, ukończonym kursom oraz znajomości narzędzi analitycznych, potrafi efektywnie dopasowywać treści do oczekiwań odbiorców i monitorować efekty działań. Choć dopiero rozpoczyna swoją przygodę ze szkoleniami, jej doświadczenie, wykształcenie i dodatkowe kursy sprawiają, że uczestnicy postrzegają ją jako osobę kompetentną i doskonale przygotowaną do dzielenia się wiedzą.



2 z 2

Patrycja Małek

General Manager Akademii Szkoleniowej Charles&Co, z organizacją i realizacją usług szkoleniowych związana od 6 lat. Odpowiada za nadzór nad prawidłowym przebiegiem szkoleń, w tym za zapewnienie jakości procesów edukacyjnych oraz wsparcie uczestników w zakresie pozyskiwania dofinansowań i planowania dalszego rozwoju zawodowego. Osoba pełniąca funkcję walidatora posiada wiedzę specjalistyczną oraz przygotowanie merytoryczne do prowadzenia procesów walidacji, wynikające z doświadczenia w roli szkoleniowca, trenera oraz wykładowcy. Aktywnie uczestniczy w procesach oceny efektów uczenia się, weryfikacji nabytych kompetencji oraz potwierdzania osiągnięcia zakładanych efektów kształcenia, zgodnie z wymaganiami Bazy Usług Rozwojowych. W 2019 roku nabyła kwalifikacje z zakresu marketingu i reklamy w mediach społecznościowych, uczestnicząc w licznych kursach i szkoleniach branżowych. Jako manager Akademii Szkoleniowej Charles&Co prowadzi działania w mediach społecznościowych, wykorzystując zdobytą wiedzę w praktyce szkoleniowej i doradczej.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Skrypt szkoleniowy

Informacje dodatkowe

Zawarto umowę z WUP w Toruniu w ramach w ramach projektu "Kierunek - Rozwój".

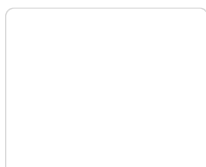
Adres

ul. Żwirki i Wigury 75A
87-100 Toruń
woj. kujawsko-pomorskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Patrycja Małek

E-mail patryciamalek35@gmail.com



Telefon (+48) 690 207 599