



## Unico Marketing: Strategia i komunikacja marki w Social Mediach. Praktyczne szkolenie z budowania widoczności i spójnej obecności online

Numer usługi 2026/04/23/160223/3510380

5 412,00 PLN brutto  
4 400,00 PLN netto  
225,50 PLN brutto/h  
183,33 PLN netto/h  
250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

UNICO SP. Z O.O.

★★★★★ 4,9 / 5

424 oceny

- 📄 Usługa szkoleniowa
- 📄 zdalna w czasie rzeczywistym
- 🕒 24:00 h
- 📅 27.05.2026 do 29.05.2026

## Informacje podstawowe

<b>Kategoria</b>	Biznes / Marketing
<b>Grupa docelowa usługi</b>	Szkolenie jest przeznaczone dla właścicieli mikro, małych i średnich firm, osób budujących markę osobistą oraz freelancerów pracujących w obszarze marketingu internetowego. Skorzystają z niego także pracownicy działów marketingu i komunikacji, którzy chcą usystematyzować lub rozwinąć umiejętności w zakresie planowania strategii marki w mediach społecznościowych. Udział będzie wartościowy zarówno dla osób rozpoczynających działania online, jak i tych, które chcą uporządkować dotychczasowe działania, zwiększyć spójność komunikacji oraz osiągać mierzalne wyniki w social mediach.
<b>Minimalna liczba uczestników</b>	1
<b>Maksymalna liczba uczestników</b>	6
<b>Data zakończenia rekrutacji</b>	18-05-2026
<b>Forma prowadzenia usługi</b>	zdalna w czasie rzeczywistym
<b>Liczba godzin usługi</b>	24
<b>Podstawa uzyskania wpisu do BUR</b>	Certyfikat systemu zarządzania jakością wg. ISO 9001:2015 (PN-EN ISO 9001:2015) - w zakresie usług szkoleniowych

## Cel

### Cel edukacyjny

Szkolenie przygotowuje uczestników do samodzielnego i skutecznego opracowania strategii komunikacji marki w mediach społecznościowych. Usługa prowadzi do praktycznego zastosowania zasad analizy marki i jej pozycjonowania online, planowania obecności w kanałach społecznościowych, projektowania spójnych filarów komunikacji oraz tworzenia kalendarza treści. Szkolenie przygotowuje do wdrażania strategii, monitorowania wyników oraz raportowania efektywności działań, umożliwiając budowanie rozpoznawal

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

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Analizuje markę i określa jej pozycjonowanie w środowisku online.	– identyfikuje kluczowe elementy marki (misja, wartości, odbiorca, wyróżniki),	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	– klasyfikuje konkurencję pod kątem stylu komunikacji i obecności w mediach społecznościowych,	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	– wskazuje właściwe kierunki pozycjonowania marki na podstawie analizy potrzeb odbiorców.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Projektuje filary komunikacji marki oraz spójny język komunikacji.	– definiuje filary komunikacji odpowiadające za kluczowe obszary przekazu marki,	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	– dobiera styl i język komunikacji adekwatny do grupy odbiorców i charakteru marki,	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	– analizuje przykłady treści pod kątem ich zgodności z założonym kierunkiem komunikacji.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	– rozróżnia funkcje oraz możliwości publikacyjne najważniejszych kanałów społecznościowych,	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Planuje obecność marki w social mediach w oparciu o wybraną strategię.	– dobiera kanały komunikacji odpowiadające celom marki i zachowaniom odbiorców,	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	– tworzy strukturalny plan obecności uwzględniający częstotliwość i typy publikacji.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Tworzy podstawowy kalendarz komunikacji oraz analizuje wyniki realizowanej strategii.	– opracowuje układ kalendarza treści zawierający format, cel posta i temat komunikatu,	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	– dobiera typy treści wspierające relacje, edukację i sprzedaż,	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	– interpretuje podstawowe wskaźniki efektywności (zasięgi, zaangażowanie, CTR) w kontekście realizacji	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 rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

## Program

### Dzień 1: Fundamenty marki i strategii komunikacji

#### Moduł 1 – Wprowadzenie do social media marketingu

- rola social mediów w ekosystemie marketingowym
- aktualne trendy i zachowania użytkowników
- przegląd kluczowych platform i ich funkcji
- charakterystyka algorytmów i ich wpływ na zasięgi

#### Moduł 2 – Wprowadzenie do strategii komunikacji marki

- elementy strategii komunikacji
- cele biznesowe i ich odzwierciedlenie w komunikacji
- podstawy koncepcji marki: misja, wartości, ton głosu

- budowanie spójności przekazu

## **Dzień 2: Analiza marki, pozycjonowanie oraz projektowanie komunikacji**

### **Moduł 1 – Analiza marki i pozycjonowanie online**

- identyfikacja kluczowych elementów marki
- analiza konkurencji i benchmarków
- określenie odbiorców i person
- tworzenie mapy pozycjonowania marki

### **Moduł 2 – Strategia komunikacji: filary, język i kierunek**

- wyznaczanie filarów komunikacji
- dopasowanie języka i stylu komunikacji do odbiorców
- przykłady dobrych praktyk w komunikacji marek
- ćwiczenie: tworzenie zestawu filarów komunikacji

## **Dzień 3: Planowanie, wdrażanie i analiza działań komunikacyjnych**

### **Moduł 1 – Planowanie obecności w kanałach społecznościowych i kalendarz komunikacji**

- wybór kanałów komunikacji dopasowanych do strategii
- dobór formatów treści (video, posty, stories, rolki)
- zasady budowy kalendarza treści
- ćwiczenie: tworzenie struktury miesięcznego kalendarza

### **Moduł 2 – Storytelling, wdrażanie strategii oraz analiza wyników**

- zasady storytellingu i budowania relacji z odbiorcami
- typy treści wzmacniające zaangażowanie
- wdrażanie strategii w praktyce – workflow i narzędzia
- raportowanie i analiza danych w social mediach
- interpretacja wskaźników efektywności

### **Walidacja efektów uczenia się | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie**

Walidacja efektów uczenia się przeprowadzana jest po zakończeniu realizacji wszystkich modułów dydaktycznych szkolenia, w ostatnim dniu usługi, zgodnie z harmonogramem. Walidacja realizowana jest zdalnie w czasie rzeczywistym, zgodnie ze Standardem Usług Zdalnego Uczenia się (SUZ), z wykorzystaniem platformy Zoom.

Proces walidacji obejmuje weryfikację osiągnięcia efektów uczenia się określonych w Karcie Usługi, odnoszących się do analizy marki i jej pozycjonowania w środowisku online, projektowania filarów komunikacji i spójnego języka marki, planowania obecności w mediach społecznościowych, tworzenia strukturalnego kalendarza komunikacji oraz interpretacji podstawowych wskaźników efektywności działań w social mediach.

Walidacja realizowana jest w odniesieniu do zdefiniowanych efektów uczenia się oraz przypisanych do nich kryteriów weryfikacji, przy zastosowaniu testu teoretycznego z wynikiem generowanym automatycznie.

Test składa się z 20 pytań, a warunkiem uzyskania pozytywnego wyniku walidacji jest udzielenie co najmniej 70% poprawnych odpowiedzi. Test weryfikuje w szczególności wiedzę uczestnika w zakresie:

- identyfikowania kluczowych elementów marki i jej wyróżników,
- analizy konkurencji i kierunków pozycjonowania marki,
- projektowania filarów komunikacji i doboru języka marki,
- planowania obecności w kanałach społecznościowych,
- interpretacji podstawowych wskaźników efektywności działań komunikacyjnych.

Warunkiem przystąpienia do walidacji jest spełnienie wymogów formalnych udziału w szkoleniu, w szczególności uzyskanie co najmniej 80% frekwencji oraz zaangażowanie uczestnika w realizację zajęć dydaktycznych. Obecność uczestnika w trakcie usługi weryfikowana jest na podstawie eksportu raportu logowań z aplikacji Zoom.

Proces walidacji prowadzony jest z zachowaniem rozdzielności funkcji – osoba prowadząca szkolenie nie pełni funkcji osoby przeprowadzającej walidację efektów uczenia się. Walidację realizuje osoba wskazana w Karcie Usługi jako odpowiedzialna za przeprowadzenie walidacji.

Pozytywny wynik walidacji potwierdzany jest Zaświadczeniem o zakończeniu udziału w usłudze rozwojowej, które zawiera informację o uzyskaniu kompetencji oraz potwierdzenie przeprowadzenia walidacji efektów uczenia się w oparciu o zdefiniowane kryteria ich weryfikacji.

- Szkolenie prowadzone jest w sposób indywidualny lub w grupach do 6 osób
- Uczestnik posiada samodzielne stanowisko pracy.
- Warunkiem koniecznym do osiągnięcia celu szkolenia jest 80% frekwencja oraz zaangażowanie Uczestnika.
- Usługa realizowana jest w 24 godzinach dydaktycznych (godzina dydaktyczna = 45 minut).
- Metoda weryfikacji obecności Uczestnika: eksport raportu logowań aplikacji Zoom.
- Zajęcia praktyczne: 8 godzin dydaktycznych / zajęcia teoretyczne: 16 godzin dydaktycznych
- Przerwy nie wliczają się do godzin usługi.

## Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 10

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>1 z 10</b> Dzień 1. Moduł 1 – Wprowadzenie do social media marketingu (teoria)   Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Karolina Jung	27-05-2026	09:00	11:30	02:30
<b>2 z 10</b> Dzień 1. Przerwa	Karolina Jung	27-05-2026	11:30	12:00	00:30
<b>3 z 10</b> Dzień 1. Moduł 2 – Wprowadzenie do strategii komunikacji marki (teoria)   Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Karolina Jung	27-05-2026	12:00	15:30	03:30
<b>4 z 10</b> Dzień 2. Moduł 1 – Analiza marki i pozycjonowanie online (teoria/praktyka)   Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Karolina Jung	28-05-2026	09:00	11:30	02:30

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>5 z 10</b> Dzień 2. Przerwa	Karolina Jung	28-05-2026	11:30	12:00	00:30
<b>6 z 10</b> Dzień 2. Moduł 2 – Strategia komunikacji: filary, język i kierunek (teoria/praktyka)   Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Karolina Jung	28-05-2026	12:00	15:30	03:30
<b>7 z 10</b> Dzień 3. Moduł 1 – Planowanie obecności i kalendarz komunikacji (praktyka)   Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Karolina Jung	29-05-2026	09:00	11:30	02:30
<b>8 z 10</b> Dzień 3. Przerwa	Karolina Jung	29-05-2026	11:30	12:00	00:30
<b>9 z 10</b> Dzień 3. Moduł 2 – Storytelling, wdrażanie strategii i analiza wyników (teoria/praktyka)   Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Karolina Jung	29-05-2026	12:00	15:00	03:00
<b>10 z 10</b> Dzień 3. Walidacja efektów uczenia się   Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie	Karolina Jung	29-05-2026	15:00	15:30	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	5 412,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	4 400,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	225,50 PLN
Koszt osobogodziny netto	183,33 PLN

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

### Karolina Jung

Ekspertka w zakresie strategii marketingowej i komunikacji w mediach społecznościowych. Na co dzień wspiera marki osobiste i małe firmy w budowaniu silnej obecności online, koncentrując się na działaniach, które realnie przekładają się na wzrost sprzedaży i zaangażowania.

Specjalizuje się w opracowywaniu kompleksowych strategii social media – obejmujących kampanie reklamowe, komunikację opartą na wartościach oraz działania sprzedażowe. Jej podejście łączy kompetencje z zakresu marketingu, psychologii konsumenckiej, projektowania graficznego i storytellingu, co czyni jej programy szkoleniowe wyjątkowo trafnymi i praktycznymi.

W ciągu ostatnich 5 lat zdobyła certyfikaty i dyplomy potwierdzające m.in. ukończenie kursu Social Media Manager (kod zawodu 243110), Strategii Social Media Marketingowej oraz Szkoły Wirtualnej Asysty. Ukończyła także liczne szkolenia m.in. z tworzenia skutecznych treści, psychologii sprzedaży, AI, Canvy oraz podejmowania decyzji zakupowych przez klientów.

Jako trenerka prowadzi warsztaty i szkolenia strategiczne z zakresu marketingu internetowego i sprzedaży w mediach społecznościowych. Jej programy cenione są za konkretną strukturę, jasny przekaz oraz skuteczność w praktycznym wdrażaniu działań marketingowych.

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnik otrzymuje

- Skrypt szkoleniowy
- Workbook do pracy własnej
- Checklista sprzedażowa

- Gotowe szablony (bio, kampania, captiony)

## Informacje dodatkowe

Szkolenie może być prowadzone również w opcji stacjonarnej i może być dostosowane do konkretnej branży lub typu działalności (np. beauty, edukacja, turystyka, consulting).

Usługa szkoleniowa jest zwolniona z podatku VAT, pod warunkiem że dofinansowanie pokrywa co najmniej 70% kosztów szkolenia. W przypadku mniejszego wsparcia finansowego, do ceny netto usługi dodawany jest podatek VAT w wysokości 23%.

Przepis na podstawie którego stosowane jest zwolnienie od podatku: Zwolnienie z podatku VAT na podstawie § 3 ust. 1 pkt 14 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20 grudnia 2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień (tekst jednolity: Dz.U. z 2025 r. poz. 832).

## Warunki techniczne

### Platforma / rodzaj komunikatora, za pośrednictwem którego prowadzona będzie usługa

- Platforma Zoom (<https://zoom.us/>)

### Minimalne wymagania sprzętowe, jakie musi spełniać komputer uczestnika lub inne urządzenie do zdalnej komunikacji

- Komputer, laptop lub tablet z dostępem do internetu.
- Procesor: Minimalnie jednorzeniowy 1 GHz, zalecany dwurdzeniowy 2 GHz lub lepszy (np. Intel i3/i5/i7 lub AMD ekwiwalent).
- Pamięć RAM: Minimalnie 2 GB, zalecane 4 GB lub więcej.

### Minimalne wymagania dotyczące parametrów łącza sieciowego, jakim musi dysponować uczestnik

- Minimalna prędkość łącza: 600 kb/s dla wideo wysokiej jakości, zalecane minimum 1,2 Mb/s dla wideo 720p i 3,8 Mb/s dla wideo 1080p.

### Niezbędne oprogramowanie umożliwiające uczestnikom dostęp do prezentowanych treści i materiałów

- System operacyjny: Windows 7 lub nowszy, macOS 10.10 lub nowszy, Linux, iOS, Android.
- Zainstalowana aktualna wersja jednej z przeglądarek: Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, Edge lub Opera.
- Nie ma potrzeby instalowania specjalnego oprogramowania, ale dostęp do aplikacji Zoom może poprawić jakość połączenia.

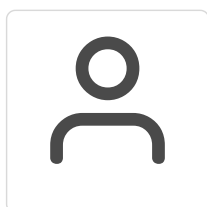
### Okres ważności linku umożliwiającego uczestnictwo w spotkaniu online

- Link jest ważny do momentu zakończenia spotkania lub webinaru.

### Zalecane parametry łącza internetowego

- Łącze internetowe o minimalnej przepustowości 600 kb/s dla wideo wysokiej jakości, zalecane minimum 1,2 Mb/s dla wideo 720p i 3,8 Mb/s dla wideo 1080p. Dla grupowych połączeń wideo zalecane 1,0 Mb/s dla wideo wysokiej jakości i do 3,8 Mb/s dla wideo 1080p. Udostępnianie ekranu bez miniaturki wideo wymaga 50–75 kb/s, z miniaturką 50–150 kb/s. Audio VoIP: 60–80 kb/s, Zoom Phone: 60–100 kb/s.

## Kontakt



**RAFAŁ LISSER**

**E-mail** [kontakt@unico.org.pl](mailto:kontakt@unico.org.pl)

**Telefon** (+48) 724 787 771