



UNICO SP. Z O.O.

★★★★★ 4,9 / 5

461 ocen

## Unico Marketing: Analiza danych w Social Media i kampanie paid social – szkolenie z projektowania, optymalizacji i analizy reklam Meta Ads, LinkedIn Ads i TikTok Ads

Numer usługi 2026/04/26/160223/3514318

- 📄 Usługa szkoleniowa
- 📄 zdalna w czasie rzeczywistym
- 👥 Zajęcia grupowe
- 🕒 42:00 h
- 📅 06.07.2026 do 13.07.2026

7 872,00 PLN brutto  
6 400,00 PLN netto  
187,43 PLN brutto/h  
152,38 PLN netto/h  
250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

## Informacje podstawowe

<b>Kategoria</b>	Biznes / Marketing
<b>Grupa docelowa usługi</b>	Szkolenie skierowane jest do właścicieli mikro, małych i średnich przedsiębiorstw, freelancerów oraz osób odpowiedzialnych za marketing, sprzedaż i komunikację w firmach, które chcą wykorzystywać media społecznościowe do pozyskiwania klientów i zwiększania widoczności marki.
<b>Minimalna liczba uczestników</b>	1
<b>Maksymalna liczba uczestników</b>	6
<b>Data zakończenia rekrutacji</b>	05-07-2026
<b>Forma prowadzenia usługi</b>	zdalna w czasie rzeczywistym
<b>Liczba godzin usługi</b>	42
<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 planowania i prowadzenia działań marketingowych w mediach społecznościowych w oparciu o analizę danych oraz narzędzia reklamowe platform Meta Ads, LinkedIn Ads i TikTok

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

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Analizuje dane marketingowe w mediach społecznościowych.	– rozróżnia podstawowe wskaźniki efektywności działań marketingowych w social media	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	– interpretuje dane dotyczące zasięgu, zaangażowania i konwersji	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	– wskazuje zależności między wynikami kampanii a działaniami marketingowymi	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Identyfikuje grupy odbiorców i dopasowuje komunikację marketingową.	– rozpoznaje cechy grup docelowych w mediach społecznościowych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	– klasyfikuje potrzeby i zachowania użytkowników	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Projektuje strukturę kampanii reklamowej w systemach social media.	– dobiera komunikaty marketingowe do określonych segmentów odbiorców	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	– rozróżnia elementy struktury kampanii (kampania, zestaw reklam, reklama)	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	– dobiera cele kampanii do założeń marketingowych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	– wskazuje etapy planowania kampanii reklamowej	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Ocena wyników kampanii reklamowych i wskazuje kierunki optymalizacji.	– interpretuje podstawowe raporty kampanii reklamowych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	– identyfikuje elementy kampanii wymagające optymalizacji	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	– dobiera działania optymalizacyjne na podstawie wyników	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: Wprowadzenie do marketingu w mediach społecznościowych**

#### **Moduł 1 – Wprowadzenie do social media marketingu (teoria)**

- rola social media w strategii marketingowej firmy
- charakterystyka głównych platform społecznościowych
- cele działań marketingowych w social media
- podstawowe modele komunikacji marki w internecie
- przegląd trendów w marketingu społecznościowym

#### **Moduł 2 – Potrzeby biznesowe a działania w social media (teoria/praktyka)**

- identyfikacja celów biznesowych działań marketingowych
- dopasowanie działań w social media do modelu biznesowego
- określanie celów marketingowych w kampaniach online
- analiza przykładów działań marketingowych w mediach społecznościowych

### **Dzień 2: Analiza odbiorców i rynku**

#### **Moduł 1 – Analiza grup odbiorców (teoria/praktyka)**

- identyfikacja grup docelowych w mediach społecznościowych
- tworzenie profili odbiorców (persona marketingowa)
- analiza potrzeb i zachowań użytkowników
- dopasowanie komunikacji marketingowej do grup odbiorców

#### **Moduł 2 – Analiza rynku lokalnego i globalnego (teoria/praktyka)**

- analiza konkurencji w mediach społecznościowych
- identyfikacja trendów rynkowych w marketingu internetowym
- analiza działań konkurencji i benchmarki marketingowe
- wykorzystanie danych rynkowych w planowaniu działań marketingowych

### **Dzień 3: Analiza treści i zachowań użytkowników**

#### **Moduł 1 – Analiza treści w social media (teoria/praktyka)**

- typy treści publikowanych w mediach społecznościowych
- analiza skuteczności treści marketingowych
- dopasowanie formatu treści do celu komunikacji

- analiza przykładów skutecznych komunikatów marketingowych

#### **Moduł 2 – Zachowania użytkowników i ścieżka odbiorcy (teoria/praktyka)**

- zachowania użytkowników w mediach społecznościowych
- analiza interakcji użytkowników z treściami marketingowymi
- ścieżka odbiorcy w komunikacji marketingowej
- wykorzystanie danych użytkowników w planowaniu komunikacji

#### **Dzień 4: Wskaźniki efektywności i narzędzia analityczne**

##### **Moduł 1 – Kluczowe wskaźniki efektywności (teoria/praktyka)**

- podstawowe wskaźniki efektywności działań marketingowych
- interpretacja danych marketingowych
- mierzenie efektywności działań w social media
- wykorzystanie wskaźników w ocenie działań marketingowych

##### **Moduł 2 – Narzędzia analityczne i raportowe (teoria/praktyka)**

- przegląd narzędzi analitycznych platform społecznościowych
- analiza raportów marketingowych w social media
- wykorzystanie narzędzi raportowych w planowaniu działań marketingowych
- przygotowanie prostego raportu marketingowego

#### **Dzień 5: Wprowadzenie do kampanii reklamowych w social media**

##### **Moduł 1 – Struktura kampanii reklamowej (teoria)**

- struktura kampanii reklamowych w systemach reklamowych
- cele kampanii reklamowych
- struktura kampanii: kampania, zestawy reklam, reklamy
- planowanie kampanii marketingowej w social media

##### **Moduł 2 – Budżetowanie i harmonogram kampanii (teoria/praktyka)**

- planowanie budżetu kampanii reklamowej
- harmonogram emisji reklam
- podstawowe modele rozliczeń reklamowych
- dopasowanie budżetu do celów marketingowych

#### **Dzień 6: Tworzenie kampanii reklamowych**

##### **Moduł 1 – Tworzenie kreacji reklamowych (praktyka)**

- elementy skutecznej reklamy w social media
- projektowanie komunikatu reklamowego
- przygotowanie treści reklamowej
- dopasowanie formatu reklamy do platformy społecznościowej

##### **Moduł 2 – Tworzenie kampanii w systemach reklamowych (praktyka)**

- wprowadzenie do systemów Meta Ads, LinkedIn Ads i TikTok Ads
- konfiguracja kampanii reklamowej w panelu reklamowym
- wybór grupy docelowej i ustawień kampanii
- uruchomienie kampanii w środowisku szkoleniowym

#### **Dzień 7: Optymalizacja i raportowanie działań reklamowych**

##### **Moduł 1 – Optymalizacja kampanii reklamowych (teoria/praktyka)**

- podstawowe metody optymalizacji kampanii reklamowych
- testy A/B w działaniach marketingowych
- dopasowanie treści i grupy odbiorców do wyników kampanii
- identyfikacja elementów kampanii wymagających zmian

##### **Moduł 2 – Raportowanie i interpretacja wyników kampanii (teoria/praktyka)**

- przegląd raportów wyników kampanii
- interpretacja podstawowych wskaźników efektywności
- przygotowanie prostego raportu kampanii marketingowej
- podsumowanie działań reklamowych i rekomendacje zmian

#### Walidacja efektów uczenia się

- Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

#### Opis procesu walidacji efektów uczenia się

Walidacja efektów uczenia się przeprowadzana jest po zakończeniu realizacji wszystkich modułów dydaktycznych szkolenia, w ostatnim dniu usługi, zgodnie z harmonogramem. Walidacja realizowana jest w formule zdalnej w czasie rzeczywistym z wykorzystaniem platformy Zoom, po zakończeniu części teoretycznej i praktycznej szkolenia.

Proces walidacji obejmuje weryfikację osiągnięcia efektów uczenia się określonych w Karcie Usługi, odnoszących się do analizy danych marketingowych w mediach społecznościowych, identyfikacji i segmentacji odbiorców, projektowania kampanii reklamowych oraz oceny i optymalizacji działań marketingowych.

Walidacja realizowana jest w odniesieniu do zdefiniowanych efektów uczenia się oraz przypisanych do nich kryteriów weryfikacji, przy zastosowaniu następujących metod walidacji:

- test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie, służący weryfikacji wiedzy i umiejętności w zakresie interpretacji danych marketingowych, planowania kampanii reklamowych oraz doboru działań optymalizacyjnych.

Warunkiem przystąpienia do walidacji jest spełnienie wymogów formalnych udziału w szkoleniu, w szczególności uzyskanie 100% frekwencji oraz zaangażowanie Uczestnika w realizację części teoretycznej i praktycznej szkolenia.

Pozytywny wynik walidacji potwierdzany jest zaświadczeniem ukończenia szkolenia oraz certyfikatem, zawierającym informację o uzyskaniu kompetencji oraz potwierdzenie przeprowadzenia walidacji efektów uczenia się w oparciu o zdefiniowane kryteria 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 100% frekwencja oraz zaangażowanie Uczestnika.
- Usługa realizowana jest w 42 godzinach dydaktycznych (godzina dydaktyczna = 45 minut), co odpowiada 31,5 godzin zegarowych,
- Zdalna metoda weryfikacji obecności Uczestnika: eksport raportu logowań aplikacji Zoom.
- Zajęcia praktyczne: 13 godzin dydaktycznych / zajęcia teoretyczne: 29 godzin dydaktycznych
- Przerwy są zaplanowane pomiędzy modułami usługi rozwojowej i wliczają się do łącznego czasu jej trwania.
- Część online odbywa się zdalnie w czasie rzeczywistym zgodnie ze Standardem Usług Zdalnego Uczenia się (SUZ).

## Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 19

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>1 z 19</b> Dzień 1. Moduł 1. Wprowadzenie do social media marketingu (teoria)   Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Karolina Jung	06-07-2026	09:00	11:45	02:45

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>2 z 19</b> Przerwa	Karolina Jung	06-07-2026	11:45	12:15	00:30
<b>3 z 19</b> Dzień 1. Moduł 2. Potrzeby biznesowe a działania w Social Media (teoria/praktyka)   Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Karolina Jung	06-07-2026	12:15	14:00	01:45
<b>4 z 19</b> Dzień 2. Moduł 1. Analiza grup odbiorców (teoria/praktyka)   Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Karolina Jung	07-07-2026	09:00	11:45	02:45
<b>5 z 19</b> Przerwa	Karolina Jung	07-07-2026	11:45	12:15	00:30
<b>6 z 19</b> Dzień 2. Moduł 2. Analiza rynku i zachowań użytkowników (teoria/praktyka)   Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Karolina Jung	07-07-2026	12:15	14:00	01:45
<b>7 z 19</b> Dzień 3. Moduł 1. Analiza treści i kluczowe wskaźniki efektywności (teoria/praktyka)   Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Karolina Jung	08-07-2026	09:00	11:45	02:45
<b>8 z 19</b> Przerwa	Karolina Jung	08-07-2026	11:45	12:15	00:30

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>9 z 19</b> Dzień 3. Moduł 2. Strategia komunikacji oparta na danych (teoria/praktyka)   Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Karolina Jung	08-07-2026	12:15	14:00	01:45
<b>10 z 19</b> Dzień 4. Moduł 1. Narzędzia analityczne i raportowe (teoria/praktyka)   Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Karolina Jung	09-07-2026	09:00	11:45	02:45
<b>11 z 19</b> Przerwa	Karolina Jung	09-07-2026	11:45	12:15	00:30
<b>12 z 19</b> Dzień 4. Moduł 2. Struktura kampanii reklamowej (teoria)   Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Karolina Jung	09-07-2026	12:15	14:00	01:45
<b>13 z 19</b> Dzień 5. Moduł 1. Budżetowanie i harmonogram działań reklamowych (teoria/praktyka)   Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Karolina Jung	10-07-2026	09:00	11:45	02:45
<b>14 z 19</b> Przerwa	Karolina Jung	10-07-2026	11:45	12:15	00:30

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<p><b>15 z 19</b> Dzień 5. Moduł 2. Tworzenie skutecznych kreacji reklamowych (praktyka)   Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu</p>	Karolina Jung	10-07-2026	12:15	14:00	01:45
<p><b>16 z 19</b> Dzień 6. Moduł 1. Tworzenie kampanii w systemach reklamowych (praktyka)   Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu</p>	Karolina Jung	13-07-2026	09:00	11:45	02:45
<p><b>17 z 19</b> Przerwa</p>	Karolina Jung	13-07-2026	11:45	12:15	00:30
<p><b>18 z 19</b> Dzień 6. Moduł 2. Podstawy optymalizacji i odczytywania wyników kampanii (teoria)   Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu</p>	Karolina Jung	13-07-2026	12:15	14:45	02:30
<p><b>19 z 19</b> Dzień 6. Walidacja efektów uczenia się   Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>	Karolina Jung	13-07-2026	14:45	15:30	00:45

## Cennik

Jeżeli korzystasz z dofinansowania i usługa stanowi usługę kształcenia zawodowego lub przekwalifikowania zawodowego wraz z usługą lub dostawą towarów ściśle związaną z usługami kształcenia zawodowego lub przekwalifikowania zawodowego to możesz mieć możliwość skorzystania za zwolnienia z podatku VAT na

podstawie art. 43 ust. 1 pkt 29 lit. c ustawy z dnia 11 marca 2024 r. o podatku od towarów i usług, jeśli usługa w całości jest finansowana ze środków publicznych lub § 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 w przypadku, gdy usługa jest finansowana w co najmniej 70% ze środków publicznych.

## Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	7 872,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	6 400,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	187,43 PLN
Koszt osobogodziny netto	152,38 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

Uczestnicy otrzymują komplet materiałów szkoleniowych w formie drukowanej i/lub elektronicznej, zawierających omówienie realizowanych modułów, najważniejsze zagadnienia merytoryczne oraz treści pomocnicze wspierające proces uczenia się i praktyczne wykorzystanie wiedzy po zakończeniu szkolenia. Na wniosek uczestnika materiały dydaktyczne mogą zostać dostosowane do indywidualnych potrzeb osób ze szczególnymi potrzebami, w zakresie możliwym do realizacji przez Dostawcę Usługi.

## Warunki uczestnictwa

Termin szkolenia: Podany termin szkolenia ma charakter orientacyjny i może ulec zmianie. Po zebraniu minimalnej liczby uczestników termin zostanie uzgodniony, aby jak najlepiej dopasować się do potrzeb grupy.

Jeżeli złożyłeś wniosek u Operatora, skontaktuj się z nami w celu rezerwacji. Bez wstępnej informacji nie dajemy gwarancji miejsca na szkoleniu.

## Informacje dodatkowe

Unico Sp. z o.o. dokłada starań, aby zapewnić dostępność usługi osobom ze szczególnymi potrzebami. W przypadku potrzeby zapewnienia dodatkowych udogodnień lub dostosowań prosimy o kontakt przed zapisem na usługę, w celu ustalenia zakresu możliwego wsparcia i organizacji odpowiednich warunków udziału w szkoleniu.

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%.

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.

## Warunki techniczne

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

Usługa będzie realizowana zdalnie w czasie rzeczywistym za pośrednictwem platformy Zoom.

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

Uczestnik powinien dysponować:

- komputerem stacjonarnym, laptopem lub tabletem z dostępem do internetu,
- sprawną kamerą internetową oraz mikrofonem – ich posiadanie jest obowiązkowe przez cały czas trwania usługi,
- głośnikami lub słuchawkami umożliwiającymi odbiór dźwięku.

Minimalna rekomendowana specyfikacja urządzenia:

- procesor: minimum 1 GHz, zalecany dwurdzeniowy 2 GHz lub lepszy,
- pamięć RAM: minimum 2 GB, zalecane 4 GB lub więcej.

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

Uczestnik powinien posiadać stabilne łącze internetowe umożliwiające udział w transmisji audio-wideo w czasie rzeczywistym.

Minimalne wymagania:

- co najmniej **600 kb/s** dla połączenia wideo wysokiej jakości.

Zalecane parametry:

- **1,2 Mb/s** dla połączenia wideo w jakości 720p,
- **3,8 Mb/s** dla połączenia wideo w jakości 1080p.

Dla komfortowego uczestnictwa w zajęciach rekomendowane jest korzystanie ze stabilnego łącza szerokopasmowego, zwłaszcza przy jednoczesnym korzystaniu z kamery, mikrofonu i udostępnianiu materiałów.

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

Uczestnik powinien posiadać:

- aktualny system operacyjny obsługujący platformę Zoom,
- aktualną wersję jednej z przeglądarek internetowych, np. Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, Microsoft Edge lub Opera,
- dostęp do aplikacji Zoom lub możliwość połączenia się przez przeglądarkę internetową.

Zaleca się korzystanie z aktualnej wersji aplikacji Zoom, ponieważ może to poprawić jakość połączenia, stabilność uczestnictwa oraz dostęp do wszystkich funkcji spotkania.

#### **Dodatkowe wymagania organizacyjne**

Warunkiem aktywnego udziału w usłudze jest:

- dołączenie do spotkania za pomocą indywidualnie udostępnionego linku,
- możliwość dwustronnej komunikacji z trenerem i grupą,
- gotowość do potwierdzania obecności na zajęciach zgodnie z zasadami realizacji usługi,
- korzystanie z urządzenia pozwalającego na bieżący odbiór obrazu, dźwięku oraz materiałów udostępnianych przez trenera.

#### **Okres ważności linku umożliwiającego uczestnictwo w spotkaniu online**

Link do spotkania jest aktywny do momentu zakończenia danej sesji szkoleniowej lub webinaru, zgodnie z harmonogramem usługi.

## Kontakt



**RAFAŁ LISSER**

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

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