



Social media marketing w praktyce z wykorzystaniem własnych przykładów z uwzględnieniem cyfrowych i zielonych kwalifikacji - (kurs nadający kwalifikacje)

Numer usługi 2026/04/29/30963/3522846

2 700,00 PLN brutto
 2 700,00 PLN netto
 90,00 PLN brutto/h
 90,00 PLN netto/h
 249,58 PLN cena rynkowa ⓘ

OŚRODEK
 SZKOLENIA
 DOKSZTAŁCANIA I
 DOSKONALENIA
 KADR KURSÓR
 SPÓŁKA Z
 OGRANICZONĄ
 ODPOWIEDZIALNOŚ
 CIĄ

★★★★★ 4,5 / 5

769 ocen

- 📄 Usługa szkoleniowa
- 📄 zdalna w czasie rzeczywistym
- 🕒 30:00 h
- 📅 24.08.2026 do 18.09.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / PR

Grupa docelowa usługi

- **Przedsiębiorcy:** właściciele małych i średnich firm, którzy chcą rozwijać swoje biznesy za pomocą mediów społecznościowych.
- **Specjaliści ds. marketingu:** osoby odpowiedzialne za planowanie i realizację działań marketingowych w firmach.
- **Osoby początkujące:** osoby z ograniczoną wiedzą o mediach społecznościowych, pragnące zdobyć solidne podstawy teoretyczne i praktyczne.
- **Kreatywni profesjonaliści:** osoby zajmujące się fotografią, grafiką czy content marketingiem, które chcą lepiej zrozumieć media społecznościowe.
- **Osoby chcące budować relacje z klientami**

Usługa jest dostępna dla wszystkich zainteresowanych – zarówno osób indywidualnych, jak i kierowanych przez urzędy, firmy, instytucje oraz wszystkich operatorów.

Mogą w niej uczestniczyć także osoby z programów regionalnych, w tym m.in.

- Kierunek - Rozwój WUP Toruń
- Usługi rozwojowe województwa śląskiego
- Małopolski pociąg do kariery – sezon 1,
- Nowy start w Małopolsce z EURESem

Minimalna liczba uczestników

2

Maksymalna liczba uczestników	30
Data zakończenia rekrutacji	20-08-2026
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	30
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Certyfikat systemu zarządzania jakością wg. ISO 9001:2015 (PN-EN ISO 9001:2015) - w zakresie usług szkoleniowych

Cel

Cel edukacyjny

Usługa potwierdza przygotowanie uczestników do samodzielnego pozyskiwania klientów, zarządzania profilami społecznościowymi oraz raportowania efektywności działań marketingowych. Uczestnicy zdobędą praktyczne umiejętności niezbędne do efektywnego wykorzystania mediów społecznościowych w promocji swoich firm. Uczestnicy nauczą się planować kampanie, analizować wyniki, optymalizować treści pod kątem oszczędności zasobów oraz wdrażać narzędzia minimalizujące cyfrowy ślad węglowy.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Wiedza: Uczestnik definiuje podstawowe pojęcia i zasady dotyczące marketingu w mediach społecznościowych.	Rozróżnia główne platformy social media oraz ich funkcje. Charakteryzuje zasady tworzenia skutecznych kampanii marketingowych. Uzasadnia wybór odpowiednich narzędzi do analizy efektywności działań marketingowych uwzględniając ich wpływ na minimalizację śladu węglowego, optymalizację zużycia zasobów cyfrowych oraz stosowanie energooszczędnych rozwiązań w marketingu online.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Umiejętności: Uczestnik projektuje i zarządza kampaniami reklamowymi na różnych platformach social media.</p> <p>Kompetencje społeczne: Uczestnik organizuje i prowadzi interakcje z użytkownikami w mediach społecznościowych.</p> <p>Rozumie podstawowe pojęcia związane ze zrównoważonym rozwojem, zieloną transformacją oraz rolą marketingu w odpowiedzialnej komunikacji</p>	<p>Planuje i realizuje kampanie reklamowe dostosowane do specyficznych grup odbiorców.</p> <p>Monitoruje efektywność kampanii i wprowadza optymalizacje na podstawie zebranych danych.</p> <p>Tworzy atrakcyjne treści wizualne i tekstowe, wykorzystując narzędzia do edycji grafiki.</p> <p>Stosuje strategie marketingowe ograniczające zbędne zużycie zasobów cyfrowych, wykorzystuje formaty mediów zoptymalizowane pod kątem minimalizacji emisji CO2 i obciążenia serwerów oraz wdraża technologie wspierające zrównoważony rozwój w komunikacji online.</p> <p>Uczestnik analizuje komentarze i wiadomości pod kątem potrzeby odpowiedzi, formułuje odpowiedzi zgodnie z polityką firmy, zapewniając profesjonalny ton komunikacji.</p> <p>Uczestnik opracowuje harmonogram publikacji, redaguje treści dostosowane do grupy docelowej, które angażują użytkowników i zachęcają do interakcji.</p> <p>Uczestnik śledzi dyskusje, identyfikuje potencjalne problemy (np. negatywne komentarze, trolling) i moderuje je zgodnie z polityką firmy, usuwając nieodpowiednie treści oraz udzielając odpowiedzi w sposób wspierający pozytywny wizerunek marki.</p> <p>Uwzględnia w komunikacji aspekty promujące zrównoważony rozwój i ekologiczną odpowiedzialność marek.</p> <p>Wykorzystuje narzędzia cyfrowe do optymalizacji interakcji, ograniczając niepotrzebną produkcję treści i nadmierne zużycie zasobów serwerowych. Stosuje strategie angażujące użytkowników w działania proekologiczne i edukację w zakresie świadomej konsumpcji.</p> <p>poprawnie wyjaśnia pojęcia na prostych przykładach z życia firmy</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p> <p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p> <p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
<p>Potrafi ocenić wpływ prostych działań marketingowych na środowisko</p>	<p>wskazuje, które działania generują większe zużycie zasobów i proponuje prostszą, mniej obciążającą alternatywę</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Rozpoznaje ryzyko greenwashingu w komunikacji marketingowej	identyfikuje komunikaty wprowadzające w błąd i uzasadnia swoją ocenę	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Stosuje podstawowe zasady odpowiedzialnej i rzetelnej komunikacji w social media	przygotowuje krótki opis lub komunikat marketingowy zawierający konkret, zakres i uzasadnienie	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Kwalifikacje

Kwalifikacje niewłączone do ZSK

Uznane kwalifikacje

Pytanie 1. Czy dokument jest wydany przez podmiot systemu oświaty lub szkolnictwa wyższego na podstawie odrębnych przepisów?

TAK

rozporządzenie Ministra Edukacji i Nauki z dnia 6 października 2023 r. w sprawie kształcenia ustawicznego w formach pozaszkolnych (Dz. U. poz. 2175 oraz z 2024 r. poz. 1854)

Informacje

Nazwa Podmiotu prowadzącego walidację Ośrodek Szkolenia, Doksztalcania i Doskonalenia Kadr „KURSOR” sp. z o.o.

Nazwa Podmiotu certyfikującego Ośrodek Szkolenia, Doksztalcania i Doskonalenia Kadr „KURSOR” sp. z o.o.

Program

Dlaczego warto skorzystać z naszej usługi:

Nasze szkolenie to unikalna okazja, aby pracować na przykładzie własnej firmy, co pozwala na natychmiastowe wdrożenie zdobytej wiedzy w realnych warunkach. Dzięki warsztatowemu podejściu, uczestnicy nie tylko uczą się teorii, ale przede wszystkim rozwijają praktyczne umiejętności w kontekście swoich biznesów. Nasi doświadczeni trenerzy skupiają się na twoich indywidualnych potrzebach, zapewniając wsparcie dostosowane do specyfiki rynku i branży. Interaktywne sesje umożliwiają bieżące rozwiązywanie problemów, tworzenie kampanii i optymalizację działań w social media. To szkolenie daje ci narzędzia, by w pełni wykorzystać potencjał marketingu internetowego i zyskać przewagę nad konkurencją.

Kompleksowa wiedza teoretyczna i praktyczna:

Szkolenie obejmuje wszystkie kluczowe aspekty związane z marketingiem w mediach społecznościowych, od podstawowych pojęć, przez zaawansowane techniki zarządzania profilami, po praktyczne zastosowania narzędzi marketingowych. Dzięki temu uczestnicy zyskają pełne przygotowanie do samodzielnej pracy w tym obszarze.

Praktyczne umiejętności:

Program szkolenia jest nastawiony na praktyczne ćwiczenia i studia przypadków, co pozwala uczestnikom na zastosowanie zdobytej wiedzy w realnych sytuacjach. Praktyczne podejście gwarantuje, że uczestnicy będą gotowi do efektywnej pracy po ukończeniu szkolenia.

Interaktywna forma zdalna:

Szkolenie odbywa się w formie zdalnej, w czasie rzeczywistym, za pomocą platformy Zoom. Umożliwia to uczestnictwo z dowolnego miejsca, oszczędzając czas i koszty związane z dojazdami. Interaktywne sesje wideo, współdzielenie ekranu i chat pozwalają na aktywny udział i bieżącą komunikację z prowadzącymi oraz innymi uczestnikami.

Godziny realizacji szkolenia:

- Szkolenie obejmuje 30 godzin edukacyjne. Każda godzina szkolenia obejmuje 45 minut, tj. 22,5 godzin zegarowych. (10 teoria / 20 praktyka)
- Walidacja wliczona jest w czas trwania usługi.

Przerwy:

- Nie są wliczane w czas trwania usługi. Są ustalane w sposób elastyczny.

Metody pracy:

Zajęcia prowadzone są metodą ćwiczeniową, połączoną z rozmową na żywo oraz współdzieleniem ekranu. Warunkiem niezbędnym do osiągnięcia celu szkolenia jest samodzielne wykonanie wszystkich ćwiczeń zadanych przez trenera.

Harmonogram szkolenia:

Szczegółowy harmonogram zajęć, uwzględniający podział na dni i godziny oraz przerwy, zostanie ustalony i uzupełniony na 6 dni przed rozpoczęciem szkolenia, zgodnie z regulaminem BUR. Będzie on dostosowany do preferencji czasowych uczestników.

Osoby zainteresowane udziałem w szkoleniu prosimy o kontakt w celu określenia preferowanych godzin szkolenia.

- Szkolenie może być realizowane zarówno raz jak i kilka razy w tygodniu w trybie dziennym, umożliwiając intensywną naukę i skoncentrowane zajęcia lub popołudniowym, co pozwala uczestnikom z innymi obowiązkami dostęp do wartościowej edukacji.
- Dodatkowo, istnieje opcja organizacji zajęć w formie weekendowej, co sprawia, że szkolenie staje się bardziej elastyczne i dostosowane do różnych harmonogramów życia.
- **w związku z powyższym nie wskazano szczegółowego harmonogramu** - jesteśmy gotowi dostosować się do potrzeb całej grupy zapisanych osób, tworząc harmonogram, który uwzględni zróżnicowane preferencje czasowe uczestników.
- Harmonogram szkolenia może ulegać nieznacznemu przesunięciu czasowemu, zależnie od czasu potrzebnego na wykonanie poszczególnych ćwiczeń i zdolności przyswajania materiału przez uczestników, zgodnie z ich indywidualnym tempem nauki

Dostępność kurs do potrzeb osób ze szczególnymi potrzebami

- Wsparcie techniczne: Zapewniamy wsparcie techniczne dla uczestników, którzy mogą potrzebować pomocy w obsłudze platformy szkoleniowej lub dostępu do materiałów.
- Sesje Q&A: sesje pytań i odpowiedzi, gdzie uczestnicy mogą zadawać pytania w czasie rzeczywistym, również poprzez czat tekstowy,
- co jest pomocne dla osób, które mogą mieć trudności z komunikacją werbalną.
- platforma ZOOM, na której prowadzone jest szkolenie, jest zgodna z międzynarodowymi standardami dostępności,
- takimi jak WCAG 2.1.
- elastyczny harmonogram szkolenia, aby dostosować tempo nauki do indywidualnych możliwości uczestników.

Doświadczeni prowadzący:

Informacje o osobach prowadzących szkolenie, w tym imiona, nazwiska, kwalifikacje oraz doświadczenie, zostaną podane na 6 dni przed rozpoczęciem szkolenia, zgodnie z wymogami regulaminu BUR. Trenera prowadzący usługę będzie posiadała doświadczenie zawodowe zdobyte nie wcześniej niż 5 lat lub kwalifikacje nabyte nie wcześniej niż 5 lat przed datą wprowadzenia szczegółowych danych dotyczących oferowanej usługi.

Certyfikat ukończenia:

- Zaświadczenie wydane na podstawie § 23 ust. 4 rozporządzenia Ministra Edukacji i Nauki z dnia 6 października 2023 r. w sprawie kształcenia ustawicznego w formach pozaszkolnych (Dz. U. poz. 2175).

Program kursu

Moduł 1: Wprowadzenie do social media marketingu

- Definicja i znaczenie social media marketingu.
- Przegląd najpopularniejszych platform (Facebook, Instagram, ..).

- Analiza przykładów skutecznego wykorzystania social media w biznesie.

Moduł 2: Tworzenie strategii social media

- Określanie celów marketingowych.
- Profilowanie docelowej grupy odbiorców.
- Wybór odpowiednich platform.
- Warsztaty na temat tworzenia strategii social media dla firmy.

Moduł 3: Budowanie i zarządzanie profilami biznesowymi

- Tworzenie spersonalizowanych profili biznesowych.
- Zarządzanie wieloma platformami.
- Ćwiczenia na rzeczywistych platformach.

Moduł 4: Tworzenie zawartości i strategii komunikacji

- Content marketing w social media.
- Planowanie publikacji.
- Tworzenie atrakcyjnych treści.
- Praktyczne wskazówki dotyczące tworzenia grafik i zdjęć.
- Narzędzia do projektowania grafiki.
- Canva – oprogramowanie do edycji grafiki z wykorzystaniem AI.

Moduł 5: Strategie komunikacji i interakcji z użytkownikami

- Budowanie relacji z klientami.
- Skuteczne reagowanie na komentarze i wiadomości.
- Symulacje i role-play.

Moduł 6: Reklama i kampanie promocyjne

- Reklama płatna na platformach social media.
- Tworzenie kampanii reklamowych.
- Wykorzystanie narzędzi do targetowania reklam.
- Monitorowanie i analiza wyników.
- Narzędzia do analizy efektywności kampanii.
- Optymalizacja strategii na podstawie danych.

Moduł 7: Sukcesy i porażki w social media marketingu

- Analiza konkretnych przypadków zastosowania social media marketingu w różnych branżach.

Moduł 8: Cyberbezpieczeństwo w sieci

- Bezpieczeństwo danych w mediach społecznościowych.
- Ochrona prywatności użytkowników i zabezpieczenia kont.

Moduł 9: Zielone kompetencje w marketingu i komunikacji cyfrowej

- **Podstawowe pojęcia:** zrównoważony rozwój, zielona transformacja, neutralność klimatyczna. Przykład: firma ogranicza marnowanie zasobów, czyli mniej papieru, mniej niepotrzebnych wydruków, mniej zbędnych wysyłek.
- **Rola marketingu w transformacji:** komunikujemy fakty, a nie hasła. Przykład: zamiast „eko produkt” podajemy konkret „opakowanie z 80% recyklingu” albo „zmniejszyliśmy ilość plastiku o 20%”.
- **GreenComp i ESCO w praktyce:** zielone kompetencje jako umiejętność podejmowania odpowiedzialnych decyzji i oceniania wpływu działań. Przykład: wybór formatu treści i sposobu dystrybucji tak, by ograniczyć zbędne zużycie zasobów.
- **ESG i CSR dla początkujących:** co firmy robią i co realnie mogą komunikować. Przykład: oszczędność energii w biurze, ograniczenie odpadów, zmiana procesu pakowania, a nie ogólne „jesteśmy eko”.
- **Ślad węglowy i ślad wodny:** podstawy na przykładach z marketingu. Przykład: ciężkie wideo w wysokiej jakości i częsta emisja reklam to większy transfer danych niż lekka grafika i rozsądny harmonogram publikacji.
- **LCA w wersji prostej:** patrzymy na „życie” produktu lub usługi od wytworzenia, przez transport i używanie, po utylizację. Przykład: koszulka „eko” to nie tylko materiał, ale też farbowanie, transport i trwałość.
- **GOZ w komunikacji:** mniej nadprodukcji treści, więcej jakości i ponownego użycia. Przykład: zamiast 30 podobnych postów w tygodniu tworzymy 8 konkretnych; jeden poradnik przerabiamy na karuzelę, rolkę i checklistę.
- **Greenwashing:** jak rozpoznać i unikać. Przykłady czerwonych flag: „100% ekologiczne”, „przyjazne planecie” bez danych; bezpieczniejsz podać zakres, liczbę i dowód, np. certyfikat lub wynik pomiaru.

- **Prosta checklista rzetelnej eko-komunikacji:** czy jest konkret (co), skala (ile), zakres (czego dotyczy), dowód (źródło), ograniczenia (co jeszcze nie jest poprawione).
- **Infrastruktura cyfrowa i energia:** serwery, centra danych, transfer danych. Przykład: kompresja zdjęć i wideo, wybór lżejszych formatów, ograniczenie duplikowania plików w mailach i komunikatorach.
- **Narzędzia i dobre praktyki:** przykładowe kalkulatory śladu CO₂ do orientacyjnej oceny, checklisty GOZ i anti-greenwashing, zasady planowania publikacji ograniczające zbędne działania i powielanie treści.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 0

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
Brak wyników.					

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	2 700,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT	
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	2 700,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	90,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	90,00 PLN
W tym koszt walidacji brutto	100,00 PLN
W tym koszt walidacji netto	100,00 PLN
W tym koszt certyfikowania brutto	5,00 PLN
W tym koszt certyfikowania netto	5,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 0

Brak wyników.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

uczestnicy otrzymają materiały dydaktyczne w formie elektronicznej. Zostaną one przesłane w postaci plików i dokumentów (np. PDF, prezentacje, arkusze informacyjne, linków, inne)

ewentualnie Materiały szkoleniowe w formie nagrań z zajęć będą udostępnione uczestnikom na 5 dni po zakończeniu szkolenia.

Nagrania umożliwią powrót do przekazywanych informacji, które pojawiły się podczas realizacji usługi, co zapewni pełną dostępność szkolenia dla każdego zainteresowanego uczestnika, w tym osób ze szczególnymi potrzebami.

W celu otrzymania dostępu do materiałów, konieczne jest posiadanie aktywnego adresu poczty elektronicznej z domeną @gmail.com

Warunki uczestnictwa

znajomość obsługi komputera i internetu w stopniu dobrym. Dzięki temu uczestnicy będą mogli w pełni korzystać z interaktywnych sesji szkoleniowych i narzędzi online.

Informacje dodatkowe

Podczas szkolenia obowiązkowe jest korzystanie z kamery internetowej przez uczestników.

Obowiązek uczestnictwa w co najmniej 80% zajęć – czas zalogowania w platformie Zoom.

Podstawą do rozliczenia usługi jest wygenerowanie z systemu raportu, umożliwiającego identyfikację wszystkich uczestników oraz zastosowanego narzędzia.

Zawarto umowę WUP w Toruniu w ramach Projektu Kierunek - Rozwój

„Małopolski pociąg do kariery – sezon 1” i projektu „Nowy start w Małopolsce z EURESem” został obustronnie podpisany regulamin współpracy i rozliczenia usług z wykorzystaniem elektronicznych bonów szkoleniowych w ramach projektu.

Kompetencje związane z zieloną i cyfrową transformacją.

Warunki techniczne

Warunki techniczne szkolenia na platformie Zoom:

1. Sprzęt komputerowy:
 - Wymagany komputer z dostępem do internetu wraz z kamerą oraz mikrofonem.
2. Przeglądarka internetowa
 - Zalecane przeglądarki: Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari.
3. Stabilne połączenie internetowe:
4. Platforma Zoom:
 - Konieczne pobranie i zainstalowanie najnowszej wersji aplikacji Zoom przed szkoleniem.
 - Aktywne konto Zoom (możliwość utworzenia bezpłatnego konta).
5. Dźwięk i słuchawki:
 - Zalecane użycie słuchawek z mikrofonem dla lepszej jakości dźwięku.
 - Sprawdzenie działania dźwięku przed rozpoczęciem szkolenia.
6. Przygotowanie przed sesją:

- Testowanie sprzętu i połączenia przed planowanym szkoleniem.
- Zapewnienie cichego miejsca pracy dla minimalizacji zakłóceń.

7. Zaplanowane przerwy:

- Uwzględnienie krótkich przerw w grafiku dla odpoczynku uczestnika

Zapewnienie powyższych warunków technicznych umożliwi płynny przebieg szkolenia na platformie Zoom, zminimalizuje zakłócenia i zagwarantuje efektywną interakcję między prowadzącym a uczestnikiem

Kontakt



ALEKSANDRA WRÓBEL

E-mail a.wrobel@kursor.edu.pl

Telefon (+48) 535 170 007