



## MARKETING W SOCIAL MEDIA

Numer usługi 2026/05/02/14511/3530141

2 656,80 PLN brutto

2 160,00 PLN netto

110,70 PLN brutto/h

90,00 PLN netto/h

325,00 PLN cena rynkowa ⓘ

OPENITY SPÓŁKA Z  
OGRANICZONĄ  
ODPOWIEDZIALNOŚ  
CIĄ

★★★★★ 4,5 / 5

276 ocen

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

👤 Usługa szkoleniowa

🕒 24 h

📅 12.10.2026 do 28.10.2026

## Informacje podstawowe

### Kategoria

Inne / Artystyczne

### Grupa docelowa usługi

Kurs skierowany jest do osób, które świadomie planują wykorzystać social media w pracy zawodowej, zarówno pracowników, jak i pracodawców.

Szkolenie jest skierowane do:

- **Właścicieli 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 social mediach

Minimalna liczba uczestników

3

Maksymalna liczba uczestników

3

Data zakończenia rekrutacji

07-10-2026

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

Liczba godzin usługi

24

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Znak Jakości TGLS Quality Alliance

# Cel

## Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje do praktycznych umiejętności tworzenia treści reklamowych i promocyjnych z szeroko pojętych mediów społecznościowych. Począwszy od przygotowania treści (grafik, zdjęć, tekstów), poprzez odpowiednie planowanie kampanii, po techniczną obsługę najważniejszych social mediów oraz programów pomocnych w tworzeniu treści. Nabyta wiedza i umiejętności kursant będzie potrafił wykorzystać podczas codziennej pracy.

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

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Wiedza - Uczestnik definiuje pojęcie multimediów w kontekście social mediów	rozdziela multimedia od innych form treści w pytaniach testowych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	klasyfikuje zdjęcia, grafiki, rolki i filmy wideo według ich cech i zastosowania	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Wiedza - Uczestnik charakteryzuje platformy social media w zależności od typu treści	dopasowuje platformę (Facebook, Instagram, TikTok) do rodzaju treści	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	ocenia zasadność wyboru platformy w pytaniach sytuacyjnych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Wiedza - Uczestnik charakteryzuje zasady prawa autorskiego i ochrony wizerunku	rozdziela treści objęte i nieobjęte prawem autorskim	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	definiuje pojęcie ochrony wizerunku	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	wskazuje poprawne działania zabezpieczające przed naruszeniem prawa	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	rozdziela zasady kompozycji i kadrowania	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Wiedza - Uczestnik charakteryzuje zasady kompozycji obrazu w mediach	klasyfikuje sposoby dynamizowania i uspokajania obrazu	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	ocenia poprawność kompozycji na podstawie opisu przypadku	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Wiedza - Uczestnik charakteryzuje narzędzia i aplikacje do tworzenia multimediów	rozdziela aplikacje mobilne do edycji zdjęć i wideo	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	klasyfikuje funkcje aplikacji mobilnych i desktopowych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Wiedza - Uczestnik charakteryzuje podstawy edytowania zdjęć i wideo na potrzeby social mediów	opisuje etapy montażu wideo	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	rozdziela techniki przycinania, korekcji kolorów i dodawania efektów	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	wskazuje poprawne metody dodawania napisów i grafik	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Wiedza - Uczestnik definiuje pojęcie strategii contentowej i storytellingu	definiuje strategię contentową i storytelling	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	rozdziela elementy angażującej treści	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Wiedza - Uczestnik charakteryzuje zasady marketingu własnej marki w social mediach  Umiejętności - Uczestnik planuje publikację treści multimedialnych w social mediach	rozdziela narzędzia promocji treści	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	opisuje wpływ algorytmów na zasięg treści	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	klasyfikuje najczęstsze błędy w tworzeniu treści	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	planuje harmonogram publikacji na podstawie opisu przypadku	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	dobiera format treści do celu komunikacyjnego	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Umiejętności - Uczestnik dobiera narzędzia i techniki edycji do określonego celu	dobiera aplikację do edycji zdjęć lub wideo	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	uzasadnia wybór techniki edycji w pytaniach testowych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Umiejętności - Uczestnik analizuje treści multimedialne pod kątem ich skuteczności	analizuje opisane statystyki publikacji	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	ocenia skuteczność treści na podstawie wskaźników	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Umiejętności - Uczestnik organizuje proces tworzenia i publikacji treści	organizuje pracę z wykorzystaniem planowania do przodu	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	wskazuje sposoby łączenia mediów w celu oszczędności czasu	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Kompetencje społeczne - Uczestnik respektuje zasady prawa autorskiego i ochrony wizerunku w działaniach online	rozdziela działania zgodne i niezgodne z prawem	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	ocenia ryzyko naruszeń w opisanych sytuacjach	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Kompetencje społeczne - Uczestnik ocenia jakość i etyczność publikowanych treści	ocenia treści pod kątem estetyki i spójności wizerunkowej	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	klasyfikuje błędy komunikacyjne w mediach społecznościowych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Kompetencje społeczne - Uczestnik uzasadnia wybór strategii komunikacji własnej marki	uzasadnia decyzje dotyczące promocji marki	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	ocenia dopasowanie treści do grupy docelowej	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

Cz.1

1. Wprowadzenie do multimediów w social mediach

- co to są multimedia w kontekście social media?

- jakie są różnice między zdjęciami, grafikami, rolkami, a filmami wideo?
- jakie platformy warto brać pod uwagę w zależności od typu treści?

#### 1. Prawa autorskie i ochrona wizerunku

- co oznacza ochrona wizerunku i jak możemy się zabezpieczyć przed niepożądanymi konsekwencjami
- co jest objęte prawami autorskimi, a co nie?
- w jaki sposób zadbać o to, by materiały, które publikujemy, tworzymy, nie naruszały praw autorskich innych osób

#### 1. Kompozycja – siła obrazu

- zasady kompozycji
- jak kadrować
- uspokajanie i dynamizowanie obrazu
- przedstawianie ruchu

#### 1. Praca z telefonem – przygotowanie treści

- jak wykorzystać dostępne narzędzia (aplikacje) do produkcji zdjęć i wideo?
- omówienie najpopularniejszych aplikacji do edycji zdjęć i filmów na telefonie.
- praktyczne ćwiczenia: robienie zdjęć, kręcenie filmów, tworzenie grafik.

#### 1. Edytowanie filmów i zdjęć na potrzeby social media

- podstawy montażu wideo
- aplikacje mobilne vs. desktopowe narzędzia
- techniki edytowania i przycinania filmów, dodawanie efektów
- korekcja kolorów, dodawanie napisów i grafik

### Cz.2

#### 1. Strategia contentowa w social mediach

- jak budować plan publikacji?
- jakie są najlepsze praktyki tworzenia angażujących treści?
- co to jest storytelling i jak go wykorzystać w marketingu?

#### 1. Tworzymy treści bezpośrednio w multimediami

- jak to się robi na Facebooku, Tik-Toku, Instagramie
- wrzucamy przygotowane podczas szkolenia treści ćwicząc różnorodność możliwości jakie dają social media
- planowanie publikacji do przodu – czy tak się da
- łączenie mediów czyli jak zaoszczędzić czas

#### 1. Marketing własnej marki

- jak promować siebie i swoją markę w social mediach?
- wykorzystanie algorytmów i narzędzi do promocji postów.
- analiza wyników działań i optymalizacja kampanii

#### 1. Najczęstsze błędy w tworzeniu treści.

#### 2. Sesja Q&A – rozwiązywanie indywidualnych problemów uczestników.

Liczba godzin w podziale na zajęcia:

- teoretyczne - 6 godz. lekc.
- praktyczne - 18 godz. lekc.

Sposób organizacji walidacji:

- Walidacja zostanie przeprowadzona za pomocą testu teoretycznego z wynikiem generowanym automatycznie.

Usługa realizowana w formule godzin dydaktycznych 45 min. Przerwy i walidacja wliczają się w czas trwania usługi. Uczestnikowi przysługuje przerwa na każde 4 godzin – 15 minut. Przerwa realizowana jest na prośbę uczestnika.

# Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 7

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>1 z 7</b> MARKETING W SOCIAL MEDIA cz.1 - online, współdzielenie ekranu	Kamil Jurczyński	12-10-2026	17:00	20:00	03:00
<b>2 z 7</b> MARKETING W SOCIAL MEDIA cz.2 - online, współdzielenie ekranu	Kamil Jurczyński	14-10-2026	17:00	20:00	03:00
<b>3 z 7</b> MARKETING W SOCIAL MEDIA cz.3 - online, współdzielenie ekranu	Kamil Jurczyński	15-10-2026	17:00	20:00	03:00
<b>4 z 7</b> MARKETING W SOCIAL MEDIA cz.4 - online, współdzielenie ekranu	Kamil Jurczyński	16-10-2026	17:00	20:00	03:00
<b>5 z 7</b> MARKETING W SOCIAL MEDIA cz.5 - online, współdzielenie ekranu	Kamil Jurczyński	19-10-2026	17:00	20:00	03:00
<b>6 z 7</b> MARKETING W SOCIAL MEDIA cz.6 - online, współdzielenie ekranu	Kamil Jurczyński	21-10-2026	17:00	19:45	02:45
<b>7 z 7</b> Walidacja - test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie	Kamil Jurczyński	28-10-2026	19:45	20:00	00:15

# 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	2 656,80 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	2 160,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	110,70 PLN
Koszt osobogodziny netto	90,00 PLN

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 3



1 z 3

### Kamil Jurczyński

W trakcie pracy jako instruktor przeszkolił mnóstwo osób. Zawsze sumienny i dobrze zorganizowany. Od uczestników szkoleń zdobywał bardzo pozytywne opinie. W ciągu ostatnich 5 lat, licząc wstecz od dnia rozpoczęcia usługi, aktywnie działa w branży zbierając i rozwijając swoje doświadczenie zawodowe oraz podnosząc swoje kwalifikacje. Wykształcenie:

Technik fotografii

Specjalizacja:

Portret charakterystyczny, fotografia modowa, reportażowa i ślubna. Grafika rastrowa - Photoshop oraz Lightroom

Prowadzi zajęcia:

Kurs ogólny fotografii cyfrowej, warsztaty tematyczne



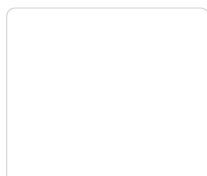
2 z 3

### Eliza Ignasiak

Jest doświadczoną project managerką (branża IT, marketing, digital). Zarządza również zespołami, ma wieloletnie doświadczenie w obsłudze klienta (branża turystyczna, marketing, gastronomia).


Jest mistrzynią optymalizacji: zajmowała się zmianą systemów do zarządzania codzienną pracą, tworzeniem baz wiedzy, procesów (narzędzia: ClickUp, Jira, Asana, Notion, Google Drive i inne).

Przez rok pracowała jako managerka biura w firmie 100% zdalnej (branża szkoleniowa). Zajmuje się fotografią (eventową, portretową, kobiecą, wizerunkową).



3 z 3

### Agata Nadrowska



Od września 2022 do stycznia 2025 pracowała w agencji komunikacji wewnętrznej gdzie zajmowała się prowadzeniem mediów społecznościowych marki (Facebook, LinkedIn, Instagram). Zarządzaniem kontem reklamowym Meta Ads oraz podstawową obsługą Google Ads. Redagowaniem i wysyłką newslettera dla komunikatorów wewnętrznych. Współtworzeniem pierwszego w Polsce podcastu o komunikacji wewnętrznej (organizacja studia, koordynacja nagrań). Zarządzaniem stroną internetową oraz blogiem opartymi na ekosystemie WordPress. Tworzeniem treści wizualnych zgodnych ze strategią i wizją marki. Wsparciem w audytach komunikacji wewnętrznej, w tym przygotowywaniem raportów i prezentacji na podstawie wyników badań. Współorganizacją eventów – konferencji iComms oraz spotkań komunikatorów. Współpracą z grafikami i podwykonawcami.

Od lutego 2025 roku zajmuje się obsługą kanałów social media marki Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok. Zarządza kontem reklamowym Meta Ads, tworzy grafiki do postów, karuzel i relacji w programie Canva, nagrywa i montuje rolki. Nawiązuje i koordynuje współpracę z influencerami, grafikami i twórcami wideo oraz koordynuje współpracę UGC (user generated content). Tworzy harmonogramy publikacji, strategię rozwoju kanałów social media, raportuje działania social media oraz wdraża zmiany.

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

filmy instruktażowe

### Informacje dodatkowe

Istnieje możliwość indywidualnego dostosowania terminów zajęć.

filmy instruktażowe przesyłane po każdym zajęciach

Uczestnicy mają obowiązek uczestniczenia w minimum 80% zajęć, aby osiągnąć założone efekty uczenia się. Z przyczyn niezależnych od Wykonawcy (np. pogodowych lub losowych) harmonogram szkolenia może zostać nieznacznie zmieniony.

Sposób potwierdzania frekwencji: raport z logowań

*Usługa może zostać zwolniona z podatku VAT dla uczestników, których poziom dofinansowania wynosi co najmniej 70% (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

Wymagany jest komputer z stabilnym łączem internetowym. Dodatkowo, wskazane jest, by uczestnik szkolenia miał dostęp do mikrofonu oraz głośników, by móc swobodnie komunikować się z prowadzącym zajęcia, a także obowiązkiem jest posiadanie dostępu do kamery. Szkolenie będzie realizowane za pomocą google meets.

## Kontakt



**Małgorzata Słomianna**

**E-mail** kontakt@kursfoto.pl



**Telefon** (+48) 533 944 288