



Social Media Marketing - szkolenie

Numer usługi 2026/05/04/120967/3532448

1 709,70 PLN brutto

1 390,00 PLN netto

122,12 PLN brutto/h

99,29 PLN netto/h

250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

ALTKOM AKADEMIA
SPÓŁKA AKCYJNA

★★★★☆ 4,4 / 5

2 693 oceny

📄 Usługa szkoleniowa

📺 zdalna w czasie rzeczywistym

🕒 14:00 h

📅 11.06.2026 do 12.06.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Usługa szkoleniowa adresowana jest do specjalistów ds. marketingu i PR, brand managerów, właścicieli MŚP oraz managerów ds. komunikacji, którzy chcą wykorzystywać media społecznościowe w działaniach marketingowych i komunikacyjnych. Wymagane przygotowanie uczestników: założenie kont w serwisach Facebook, Instagram, LinkedIn oraz TikTok.

Minimalna liczba uczestników

4

Maksymalna liczba uczestników

12

Data zakończenia rekrutacji

01-06-2026

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

Liczba godzin usługi

14

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Szkolenie przygotowuje uczestnika do planowania i prowadzenia działań marketingowych w mediach społecznościowych z wykorzystaniem wybranych platform, formatów treści i podstawowych narzędzi analitycznych. Po szkoleniu Uczestnik identyfikuje kluczowe platformy społecznościowe, dobiera cele i kanały komunikacji, wskazuje zasady tworzenia i optymalizacji treści, rozróżnia możliwości promocji marki w wybranych serwisach oraz analizuje podstawowe wyniki działań w social media.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Uczestnik szkolenia identyfikuje podstawowe pojęcia oraz kluczowe platformy wykorzystywane w social media marketingu.</p> <p>Uczestnik szkolenia dobiera cele komunikacji i kanały działań w mediach społecznościowych.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Wskazuje podstawowe pojęcia związane z social media marketingiem. 	Test teoretyczny
	<ul style="list-style-type: none"> – Rozróżnia najpopularniejsze platformy społecznościowe omawiane w programie szkolenia. 	Test teoretyczny
	<ul style="list-style-type: none"> – Identyfikuje zastosowanie mediów społecznościowych w promocji biznesu. 	Test teoretyczny
	<ul style="list-style-type: none"> – Wskazuje cele możliwe do realizacji w mediach społecznościowych. 	Test teoretyczny
	<ul style="list-style-type: none"> – Rozróżnia kryteria wyboru odpowiednich kanałów komunikacji. 	Test teoretyczny
<p>Uczestnik szkolenia rozróżnia zasady publikowania i analizowania treści na Facebooku i Instagramie.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Wskazuje podstawowe elementy działania algorytmów Facebooka i Instagrama omawiane na szkoleniu. 	Test teoretyczny
	<ul style="list-style-type: none"> – Rozróżnia formy obecności i formaty treści dostępne na Facebooku i Instagramie. 	Test teoretyczny
	<ul style="list-style-type: none"> – Identyfikuje podstawowe sposoby analizy działań na obu platformach. 	Test teoretyczny
<p>Uczestnik szkolenia wskazuje możliwości komunikacji marki na TikToku, LinkedIn, Twitterze (X), YouTube i Pinterście.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Rozróżnia typy treści i publikacji omawiane dla poszczególnych platform. 	Test teoretyczny
	<ul style="list-style-type: none"> – Wskazuje przykłady działań komunikacyjnych możliwych do zastosowania na wybranych platformach. 	Test teoretyczny
	<ul style="list-style-type: none"> – Identyfikuje podstawowe obszary analizy działań w kanałach społecznościowych omawianych drugiego dnia szkolenia. 	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik szkolenia identyfikuje trendy i źródła wiedzy wspierające aktualizowanie działań w social media.	– Wskazuje obszary zmian i trendów omawianych w programie szkolenia.	Test teoretyczny
	– Rozróżnia źródła wiedzy i inspiracji dotyczące mediów społecznościowych.	Test teoretyczny
	– Identyfikuje znaczenie bieżącej aktualizacji wiedzy w planowaniu działań komunikacyjnych.	Test teoretyczny

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

Adresaci szkolenia

Usługa szkoleniowa adresowana jest do specjalistów ds. marketingu i PR, brand managerów, właścicieli MŚP oraz managerów ds. komunikacji, którzy chcą wykorzystywać media społecznościowe w działaniach marketingowych i komunikacyjnych. Wymagane przygotowanie uczestników: założenie kont w serwisach Facebook, Instagram, LinkedIn oraz TikTok.

Warunki organizacyjne

- Szkolenie realizowane jest w formule **zdalnej, w czasie rzeczywistym**, z wykorzystaniem platformy wideokonferencyjnej (Zoom).
- Grupa szkoleniowa liczy maksymalnie 12 uczestników, co pozwala na interaktywną pracę (zadania praktyczne, dyskusje) w komfortowych warunkach.
- W trakcie szkolenia uczestnicy wykonują samodzielnie ćwiczenia z możliwością konsultacji z trenerem.
- Każdy uczestnik powinien dysponować własnym stanowiskiem komputerowym z dostępem do Internetu – **dostawca usługi nie zapewnia sprzętu ani pomieszczenia do udziału w szkoleniu.**

- Materiały szkoleniowe (np. prezentacje) są udostępniane w formie elektronicznej na dedykowanej platformie Altkom Akademii (dostęp wysyłany mailowo uczestnikom przed rozpoczęciem szkolenia).
- Efekty uczenia się zostaną zweryfikowane poprzez walidację w formie testu teoretycznego, ostatniego dnia usługi tj. testu jednokrotnego wyboru (link do testu MS Forms zostanie udostępniony uczestnikom mailowo).

Liczba godzin usługi szkoleniowej

Szkolenie liczy łącznie: **14 godzin zegarowych**. Przerwy wliczają się do czasu trwania usługi. Trener ma możliwość przesunięcia przerw, tak aby dostosować harmonogram do potrzeb uczestników.

Łączny czas realizacji usługi szkoleniowej rozłożony jest na **2 dni robocze**.

- **ok 5 godziny – część teoretyczna**
- **ok 6 godzin – część praktyczna** (ćwiczenia)
- walidacja
- przerwy

PROGRAM SZKOLENIA

Dzień 1

1. Powitanie

- Przywitanie, przedstawienie celu oraz agendy szkolenia.
- Rekonesans wiedzy uczestników oraz omówienie projektów uczestników

2. Wprowadzenie do mediów społecznościowych

- Czym jest social media marketing, czyli jak wykorzystać media społecznościowe do promocji biznesu.
- Budowanie społeczności – case study.
- Najważniejsze pojęcia.
- Kluczowe platformy społecznościowe w Polsce – charakterystyka najpopularniejszych serwisów.

3. Strategiczne podejście do komunikacji w social mediach

- Jakie cele można realizować w mediach społecznościowych i priorytetyzacja celów.
- Wybór odpowiednich kanałów.
- Generowanie pomysłów na treści – mini warsztat.

4. Facebook

- Jak działa algorytm Facebooka w 2025 roku i jak wpływa to na wyświetlenia treści.
- Różne formy obecności na Facebooku: profil prywatny, grupy, strona firmowa.
- Formaty treści dostępne na Facebooku i sposoby ich wykorzystania – omówienie konkretnych przykładów.
- Nawigacja po Meta Business Suite.
- Eye-catchery, czyli jak przykuć uwagę odbiorców.
- Jak długo i jak często publikować swoje posty.
- Analizowanie działań na Facebooku: co i jak mierzyć, dostępne statystyki.
- Przydatne narzędzia.
- Najważniejsze zmiany i nowości na Facebooku.

5. Instagram

- Jak działa algorytm Instagrama w 2025 roku i jak wpływa to na wyświetlenia treści.
- Jak działają hashtagi na Instagramie.
- 3 typy kont: prywatne, biznesowe, twórcy.
- Skuteczne bio na Instagramie.
- Przykładowe podejścia do komunikacji na Instagramie – case studies.
- Posty, rolki, relacje – synergia działań.
- Pomysły na rolki, które wykorzystasz w promocji biznesu.
- Jak często publikować treści i jak długie powinny być.
- Analizowanie działań na Instagramie.
- Przydane narzędzia do planowania wyglądu feedu, tworzenia relacji i rolek.
- Konkursy na Instagramie i Facebooku – checklista i dobre praktyki.

6. Podsumowanie pierwszego dnia

- Podsumowanie pierwszego dnia szkolenia.
- Sesja pytań i odpowiedzi.

Dzień 2

1. Powitanie

- Społecznościowa rozgrzewka i powtórka wiadomości.

2. TikTok

- Jak działa algorytm TikToka i co wpływa na wyświetlenie treści.
- Przykłady skutecznej komunikacji marek na TikToku – case studies.
- Przykładowe scenariusze mikrowideo.
- Elementy, które ułatwiają zrozumienie wideo.

3. LinkedIn

- Jak działa algorytm LinkedIn obecnie i jak wpływa to na wyświetlenia treści.
- Profil osobisty vs konto biznesowe – synergia działań.
- Profil osobisty krok po kroku – checklista i ewaluacja dotychczasowych działań.
- Typy treści dostępne na LinkedIn.
- Taktyki skutecznej komunikacji wraz z przykładami.
- Analiza działań.

4. Twitter (X)

- Jak wygląda obecnie Twitter jak działa jego algorytm.
- Czym jest Twitter Blue i jak wpływa na wyświetlenia treści.
- Sztuka tworzenia komunikatów w 280 znakach – przykłady i ćwiczenia.
- Dostępne typy publikacji.
- Analiza działań.

5. YouTube

- Jak działa algorytm na YouTube.
- Przykładowe podejścia do komunikacji w tym kanale.
- O czym pamiętać dodając film na YouTube.
- YouTube Shorts – czym są i jak wykorzystać je w promocji marki.

6. Pinterest

- Pinterest jako wizualna wyszukiwarka treści.
- Typy treści na Pintereście.
- Dodawanie pinów krok po kroku.

7. Trendy i inspiracje

- Najnowsze trendy i zmiany w mediach społecznościowych, nadchodzące nowości.
- Źródła wiedzy – skąd czerpać wiedzę i inspiracje oraz jak pozostawać na bieżąco.

8. Podsumowanie szkolenia

- Podsumowanie wiedzy zdobytej w ciągu dwóch dni szkolenia.
- Sesja pytań i odpowiedzi.
- Walidacja

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 15

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 15 Wprowadzenie do social media marketingu, budowanie społeczności, pojęcia i platformy_wykład	Monika Drabczyńska	11-06-2026	09:00	10:30	01:30

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
2 z 15 Przerwa	Monika Drabczyńska	11-06-2026	10:30	10:40	00:10
3 z 15 Strategiczne podejście do komunikacji: cele, kanały, generowanie pomysłów na treści_wykład + ćwiczenia praktyczne	Monika Drabczyńska	11-06-2026	10:40	12:30	01:50
4 z 15 Przerwa obiadowa	Monika Drabczyńska	11-06-2026	12:30	13:00	00:30
5 z 15 Facebook: algorytm, formy obecności, formaty treści, Meta Business Suite, statystyki_wykład + ćwiczenia praktyczne	Monika Drabczyńska	11-06-2026	13:00	14:30	01:30
6 z 15 Przerwa	Monika Drabczyńska	11-06-2026	14:30	14:40	00:10
7 z 15 Instagram: algorytm, hashtagi, typy kont, formaty treści, konkursy_wykład + ćwiczenia praktyczne	Monika Drabczyńska	11-06-2026	14:40	16:00	01:20
8 z 15 TikTok: algorytm, przykłady komunikacji marek, scenariusze mikrowideo_wykład + ćwiczenia praktyczne	Monika Drabczyńska	12-06-2026	09:00	10:30	01:30
9 z 15 Przerwa	Monika Drabczyńska	12-06-2026	10:30	10:40	00:10

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
10 z 15 LinkedIn: profil osobisty i biznesowy, typy treści, taktyki komunikacji, analiza działań_wykład + ćwiczenia praktyczne	Monika Drabczyńska	12-06-2026	10:40	12:30	01:50
11 z 15 Przerwa obiadowa	Monika Drabczyńska	12-06-2026	12:30	13:00	00:30
12 z 15 Twitter (X) i YouTube: typy publikacji, komunikaty, analiza działań, promocja marki_wykład + ćwiczenia praktyczne	Monika Drabczyńska	12-06-2026	13:00	14:30	01:30
13 z 15 Przerwa	Monika Drabczyńska	12-06-2026	14:30	14:40	00:10
14 z 15 Pinterest, trendy i inspiracje w mediach społecznościowych, podsumowanie_wykład	Monika Drabczyńska	12-06-2026	14:40	15:30	00:50
15 z 15 Walidacja_test	-	12-06-2026	15:30	16:00	00:30

Cennik

Jeżeli korzystasz z dofinansowania w wysokości co najmniej 70% przysługuje Tobie zwolnienie z podatku VAT

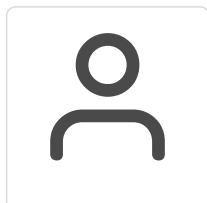
Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	1 709,70 PLN

Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 390,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	122,12 PLN
Koszt osobogodziny netto	99,29 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Monika Drabczyńska

Trenerka posiada wieloletnie doświadczenie w obszarze digital marketingu, strategii komunikacji, sprzedaży oraz projektowania usług. Specjalizuje się w marketingu internetowym i podejściu Human Centred Design. Od 9 lat rozwija kompetencje w zakresie strategii digital obejmującej marketing, sprzedaż i procesy digitalizacji przedsiębiorstw. Doświadczenie zawodowe zdobywała zarówno w rolach operacyjnych, jak i strategicznych, pracując przy tworzeniu i wdrażaniu działań marketingowych dla organizacji z różnych branż, w tym sektora e-commerce B2B i B2C. Posiada kilkaset godzin doświadczenia szkoleniowego i konsultingowego z zakresu design thinking oraz marketingu internetowego. Wspiera działy marketingu, HR, sprzedaży oraz kadre zarządzającą w budowaniu strategii i usprawnianiu procesów. Pełni również role mentorki i wykładowczyni. Posiada certyfikaty potwierdzające kompetencje m.in. w obszarze digital marketingu, facylitacji, zarządzania zmianą, agile project management, zarządzania ryzykiem oraz audytu systemu zarządzania jakością.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Na platformie Wirtualna Klasa Altkom Akademii udostępnione zostaną bezterminowo materiały szkoleniowe (tj. np. podręczniki/prezentacje/materiały dydaktyczne niezbędne do odbycia szkolenia/ebooki itp.), zasoby bazy wiedzy portalu oraz dodatkowe informacje od trenera. Uczestnicy zachowują bezterminowy dostęp do zasobów Mojej Akademii i materiałów szkoleniowych zgromadzonych w Wirtualnej Klasie szkolenia. Platforma do kontaktu z trenerami, grupą i całą społecznością absolwentów jest portal Moja Akademia.

Warunki uczestnictwa

1. Niezbędnym warunkiem uczestnictwa w szkoleniach dofinansowanych z funduszy europejskich jest założenie konta w Bazie Usług Rozwojowych, zapis na szkolenie za pośrednictwem Bazy oraz spełnienie warunków przedstawionych przez danego Operatora, dysponenta funduszy publicznych.
2. Przez uczestnictwo w usłudze rozwojowej rozumie się aktywny udział Uczestnika w szkoleniu wyłącznie przy włączonej kamerze skierowanej na osobę uczestniczącą i umożliwiającą jej identyfikację.
3. Warunkiem uznania uczestnictwa w szkoleniu jest obecność podczas co najmniej 80% czasu trwania szkolenia (lub zgodnie z warunkami określonymi w umowie z Operatorem). Uczestnik, który nie spełni tego wymagania, traktowany jest jako nieobecny.
4. Frekwencja będzie potwierdzana na podstawie raportów logowań z platformy Zoom oraz bieżącej obserwacji uczestnika przez trenera.
5. Ogólne warunki uczestnictwa w szkoleniach Altkom Akademii zamieszczone są na stronie: <https://www.altkomakademia.pl/ogolne-warunki-uczestnictwa-w-szkoleniach/>

Informacje dodatkowe

Po szkoleniu uczestnik otrzyma zaświadczenie o ukończeniu szkolenia. Trener podczas szkolenia będzie organizował krótkie przerwy w porozumieniu z Uczestnikami, po zakończeniu danego modułu tematycznego.

Uwaga! W przypadku, gdy liczba zapisów na szkolenie nie osiągnie minimalnej liczby Uczestników, usługa może zostać niezrealizowana.

Informacja dot. podatku VAT:

Zwolnienie z podatku VAT może mieć zastosowanie wyłącznie w przypadku spełnienia przesłanek określonych w art. 43 ust. 1 pkt 29 lit. c ustawy z dnia 11 marca 2004 r. o podatku od towarów i usług – w przypadku finansowania usługi w całości ze środków publicznych – albo w § 3 ust. 1 pkt 14 rozporządzenia Ministra Finansów w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień – w przypadku finansowania usługi w co najmniej 70% ze środków publicznych. W przypadku zastosowania zwolnienia obowiązuje cena netto, a w pozostałych przypadkach doliczany jest VAT 23%.

Warunki techniczne

Szkolenie realizowane jest w formule **zdalnej, w czasie rzeczywistym**, z wykorzystaniem platformy wideokonferencyjnej (Zoom).

Każdy uczestnik powinien dysponować własnym stanowiskiem komputerowym z dostępem do Internetu – **dostawca usługi nie zapewnia sprzętu ani pomieszczenia do udziału w szkoleniu uczestnikom.**

Wymagania ogólne realizacji szkolenia w formule distance learning (online):

Komputer stacjonarny lub notebook wyposażony w mikrofon, głośniki i kamerę internetową z przeglądarką internetową z obsługą HTML 5. Monitor o rozdzielczości FullHD. Szerokopasmowy dostęp do Internetu o przepustowości co najmniej 25/5 (download/upload) Mb/s. W przypadku szkoleń z laboratoriami zalecamy: sprzęt wyposażony w dwa ekrany o rozdzielczości minimum HD (lub dwa komputery), kamerę internetową USB, zewnętrzne głośniki lub słuchawki.

Informacje oraz wymagania dotyczące uczestniczenia w szkoleniach w formule zdalnej dostępne na: <https://www.altkomakademia.pl/distance-learning/#FAQ>

Platforma komunikacji – ZOOM

Oprogramowanie – zdalny pulpit, aplikacja ZOOM

Link do szkolenia zgodnie z regulaminem zostanie wysłany na 2 dni przed rozpoczęciem usługi.

Link do szkolenia jest ważny w trakcie trwania całej usługi szkoleniowej.

Kontakt



AGNIESZKA SIPURA

E-mail agnieszka.sipura@altkom.pl

Telefon (+48) 609 191 281