



Szkolenie: Strategiczne zarządzanie firmą z wykorzystaniem mediów społecznościowych

Numer usługi 2026/05/19/137907/3568416

3 414,88 PLN brutto
 3 414,88 PLN netto
 213,43 PLN brutto/h
 213,43 PLN netto/h
 284,58 PLN cena rynkowa ⓘ

PRO TEAM Łukasz Bogaczyk

★★★★★ 4,9 / 5

201 ocen

- 📄 Usługa szkoleniowa
- 📺 zdalna w czasie rzeczywistym
- 👥 Zajęcia grupowe
- 🕒 16:00 h
- 📅 22.06.2026 do 23.06.2026

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Zarządzanie przedsiębiorstwem
Grupa docelowa usługi	Grupą docelową szkolenia są właściciele przedsiębiorstw, osoby zajmujące stanowiska kierownicze, pracownicy przedsiębiorstw, chcący podnieść swoje kompetencje z zakresu zarządzania przedsiębiorstwem z elementami marketingu.
Minimalna liczba uczestników	2
Maksymalna liczba uczestników	16
Data zakończenia rekrutacji	21-06-2026
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
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

"Szkolenie: Strategiczne zarządzanie firmą z wykorzystaniem mediów społecznościowych" - usługa przygotowuje do samodzielnego planowania, wdrażania i optymalizacji działań strategicznych firmy z wykorzystaniem mediów społecznościowych jako narzędzia realizacji celów biznesowych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Definiuje pojęcia związane ze strategicznym zarządzaniem mediami społecznościowymi oraz wyjaśnia ich rolę w realizacji celów biznesowych firmy.</p>	<p>Rozróżnia pojęcia strategiczne od operacyjnych, wskazując ich właściwe znaczenie w kontekście zarządzania firmą.</p> <p>Wyjaśnia rolę mierników efektywności (KPI) w ocenie realizacji strategii, wskazując ich powiązanie z celami biznesowymi.</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p> <p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
<p>Rozróżnia cele biznesowe, marketingowe i komunikacyjne oraz wskazuje zależności pomiędzy nimi w kontekście działań w mediach społecznościowych.</p>	<p>Definiuje cele biznesowe, marketingowe i komunikacyjne, wskazując ich zakres oraz poziom oddziaływania w organizacji.</p> <p>Wskazuje poprawną hierarchię celów w strukturze strategicznej firmy, identyfikując cel nadrzędny i cele wspierające.</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p> <p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
<p>Charakteryzuje elementy strategii social media oraz opisuje etapy jej tworzenia i wdrażania.</p>	<p>Wymienia podstawowe elementy strategii social media, takie jak: analiza sytuacji wyjściowej, określenie celów, identyfikacja grupy docelowej, dobór kanałów komunikacji, plan treści, harmonogram działań, budżet, wskaźniki efektywności (KPI).</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
<p>Wskazuje kryteria doboru kanałów mediów społecznościowych w zależności od branży, grupy docelowej i celu biznesowego.</p>	<p>Wymienia podstawowe kryteria doboru kanałów mediów społecznościowych, takie jak: charakter branży (B2B/B2C), profil demograficzny i behawioralny grupy docelowej, cel biznesowy, typ produktu/usługi, budżet, zasoby organizacyjne.</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>

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

- Grupą docelową szkolenia są właściciele przedsiębiorstw, osoby zajmujące stanowiska kierownicze, pracownicy przedsiębiorstw, chcący podnieść swoje kompetencje z zakresu zarządzania przedsiębiorstwem z elementami marketingu.
- Szkolenie prowadzone w trybie godzin zegarowych (16 h), w formie zdalnej w czasie rzeczywistym. Przerwy są wliczane w czas trwania usługi. Uzupełnianie ankiet: 15 minut, walidacja: 35 minut, przerwy: 1 godzina 40 minut, zajęcia teoretyczne: 5 godzin 35 minut, zajęcia praktyczne: 7 godzin 55 minut.
- Prowadzący szkolenie: Sara Marmon
- Zajęcia będą prowadzone, w sposób który będzie aktywizował uczestników.
- Proces walidacji prowadzony w formie testu teoretycznego. Osoba prowadząca walidację (autor testu) będzie obecna na czas walidacji na platformie, na której odbywać będzie się szkolenie.
- Wymagana jest frekwencja na poziomie co najmniej 80%.
- Program szkolenia obejmuje następującą tematykę:

Dzień 1:

Uzupełnianie ankiet początkowych.

Moduł 1: Rola mediów społecznościowych w strategii firmy (zajęcia teoretyczne)

- Media społecznościowe jako element strategii biznesowej
- Cele biznesowe a cele komunikacyjne i sprzedażowe
- Pozycjonowanie marki w kanałach social media
- Analiza otoczenia rynkowego i konkurencji
- Określanie grup docelowych (persony zakupowe)

Moduł 2: Tworzenie strategii komunikacji w mediach społecznościowych (zajęcia praktyczne)

- Wybór odpowiednich kanałów komunikacji
- Budowanie spójnego wizerunku marki
- Tone of voice i architektura komunikacji
- Planowanie treści (content plan)
- Lejek marketingowy w social media

Moduł 3: Social media jako narzędzie sprzedaży i rozwoju firmy (zajęcia teoretyczne)

- Budowanie relacji i zaufania w kanałach społecznościowych
- Social selling w praktyce
- Kampanie sprzedażowe i wizerunkowe
- Automatyzacja działań marketingowych
- Integracja działań online i offline

Moduł 4: Warsztat strategiczny – opracowanie zarysu strategii (zajęcia praktyczne)

- Określenie celów strategicznych firmy
- Dopasowanie działań social media do modelu biznesowego
- Tworzenie wstępnego planu działań
- Konsultacje i omówienie wypracowanych koncepcji

Dzień 2:

Moduł 5: Zarządzanie działaniami i organizacja pracy (zajęcia teoretyczne)

- Planowanie budżetu działań social media
- Harmonogramowanie kampanii
- Podział ról w zespole / współpraca z agencją

- Procedury komunikacji kryzysowej
- Polityka obecności firmy w mediach społecznościowych

Moduł 6: Analityka i mierzenie efektywności (zajęcia praktyczne)

- Kluczowe wskaźniki efektywności (KPI)
- Interpretacja danych i raportowanie
- Optymalizacja działań na podstawie wyników
- Testowanie i skalowanie kampanii
- Podejmowanie decyzji strategicznych w oparciu o dane

Moduł 7: Trendy i rozwój kompetencji w obszarze social media (zajęcia praktyczne)

- Aktualne kierunki rozwoju mediów społecznościowych
- Wykorzystanie nowych narzędzi i formatów treści
- Budowanie przewagi konkurencyjnej
- Plan dalszego rozwoju działań w firmie
- Indywidualny plan wdrożenia po szkoleniu

Uzupełnianie ankiet końcowych

walidacja

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 17

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 17 Uzupełnianie ankiet początkowych	Zajęcia	SARA MARMON	22-06-2026	08:00	08:05	00:05
2 z 17 Moduł 1: Rola mediów społecznościowych w strategii firmy (zajęcia teoretyczne) (rozmowa na żywo, chat)	Zajęcia	SARA MARMON	22-06-2026	08:05	10:00	01:55
3 z 17 -	Przerwa	-	22-06-2026	10:00	10:30	00:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
4 z 17 Moduł 2: Tworzenie strategii komunikacji w mediach społecznościowych (zajęcia praktyczne) (ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat)	Zajęcia	SARA MARMON	22-06-2026	10:30	12:00	01:30
5 z 17 -	Przerwa	-	22-06-2026	12:00	12:30	00:30
6 z 17 Moduł 3: Social media jako narzędzie sprzedaży i rozwoju firmy (zajęcia teoretyczne) (rozmowa na żywo)	Zajęcia	SARA MARMON	22-06-2026	12:30	14:00	01:30
7 z 17 -	Przerwa	-	22-06-2026	14:00	14:15	00:15
8 z 17 Moduł 4: Warsztat strategiczny – opracowanie zarysu strategii (zajęcia praktyczne) (ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat)	Zajęcia	SARA MARMON	22-06-2026	14:15	16:00	01:45
9 z 17 Moduł 5: Zarządzanie działaniami i organizacja pracy (zajęcia teoretyczne) (rozmowa na żywo)	Zajęcia	SARA MARMON	23-06-2026	08:00	10:00	02:00
10 z 17 -	Przerwa	-	23-06-2026	10:00	10:30	00:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
11 z 17 Moduł 6: Analityka i mierzenie efektywności (zajęcia praktyczne)	Zajęcia	SARA MARMON	23-06-2026	10:30	12:00	01:30
12 z 17 -	Przerwa	-	23-06-2026	12:00	12:30	00:30
13 z 17 Moduł 7: Trendy i rozwój kompetencji w obszarze social media (zajęcia praktyczne) (ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat)	Zajęcia	SARA MARMON	23-06-2026	12:30	14:00	01:30
14 z 17 -	Przerwa	-	23-06-2026	14:00	14:15	00:15
15 z 17 Moduł 7: Trendy i rozwój kompetencji w obszarze social media cd. (zajęcia praktyczne) (ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat)	Zajęcia	SARA MARMON	23-06-2026	14:15	15:20	01:05
16 z 17 Uzupełnianie ankiet końcowych	Zajęcia	SARA MARMON	23-06-2026	15:20	15:30	00:10
17 z 17 -	Walidacja	SARA MARMON	23-06-2026	15:30	16:00	00:30

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	16:00
w tym suma godzin zajęć	13:00
w tym suma godzin walidacji	00:30

Rodzaj godzin	Liczba godzin
w tym suma przerw	02:30
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	18:00

Cennik

Cennik

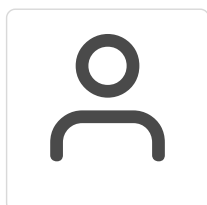
Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	3 414,88 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT	
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	3 414,88 PLN
Koszt osobogodziny brutto	213,43 PLN
Koszt osobogodziny netto	213,43 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	16:00

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

SARA MARMON

Dr Sara Marmon to doświadczona menedżerka siłowni oraz trenerka fitness, specjalizująca się w zarządzaniu obiektami sportowymi, prowadzeniu zespołów i rozwoju usług fitness, a także prowadzeniu mediów społecznościowych, tworzenia grafik promocyjnych dla przedsiębiorstw. Przez kilka lat pełniła funkcję managera w renomowanych obiektach fitness, gdzie odpowiadała za sprawne funkcjonowanie siłowni, zarządzanie zespołem, finanse oraz sprzedaż. Z sukcesem łączyła obowiązki zarządzające z prowadzeniem szkoleń, obsługą klientów oraz działaniami marketingowymi/ promocyjnymi, w tym tworzeniem materiałów promocyjnych. Sara to również pasjonatka zdrowego stylu życia i kreatywna twórczyni treści internetowych, która łączy swoją wiedzę z zakresu aktywności fizycznej i zdrowia z nowoczesnymi metodami edukacyjnymi online. Sukcesywnie angażuje się w tworzenie materiałów i treści na YouTube, Instagram, TikTok, które nie

tylko motywują, ale także edukują i pomagają odbiorcom dbać o swoje zdrowie oraz kondycję fizyczną. Prowadzi również szkolenia z tworzenia kampanii marketingowych oraz z zakresu tworzenia treści i grafiki na platformie CANVA. Od 7 lat pracuje jako wykładowca akademicki w Warszawie. Szkoli przyszłych trenerów personalnych, trenerów przygotowania motorycznego i nauczycieli wychowania fizycznego. Trener posiada doświadczenie oraz kwalifikacje nabyte nie wcześniej niż 5 lat przed datą wprowadzenia szczegółowych danych dotyczących oferowanej usługi.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymają materiały szkoleniowe po usłudze w postaci skryptu.

Informacje dodatkowe

- Szkolenie obejmuje 16 godzin zegarowych, wymagana jest frekwencja na poziomie 80 %. Szkolenie realizowane w każdym dniu wg zamieszczonego harmonogramu.
- Informujemy o możliwości wizyty monitoringowej usługi. Regulamin dostawy usług dostępny jest w siedzibie firmy przy ulicy Rynek 1, 33-395 Chelmiec.
- Zajęcia będą prowadzone, w sposób który będzie aktywizował uczestników np.: ankiety, case study, burze mózgów, mapy myśli, quizy, kwestionariusze.

Warunki techniczne

Warunki techniczne niezbędne do udziału w usłudze:

1) platforma/rodzaj komunikatora, za pośrednictwem którego będzie prowadzona usługa: Google Meets, zoom.us.
Formularze google.com (niezbędne do przeprowadzenia ankiety ewaluacyjnej) – dowolny adres e-mail;

2) minimalne wymagania sprzętowe:

Głośniki i mikrofon – wbudowane lub zewnętrzne, Kamera internetowa – wbudowana lub zewnętrzna,

Komputer wyposażony w co najmniej 2 GB pamięci RAM.

Procesor: minimalny pojedynczy rdzeń 1 GHz lub wyższy, zalecany dwurdzeniowy 2 GHz lub wyższy (Intel i3 / i5 / i7 lub odpowiednik AMD)

System operacyjny jeden z wymienionych: macOS X z systemem macOS 10.7 lub nowszym, Windows 10 (uwaga: w przypadku urządzeń z systemem Windows 10 muszą one działać w systemie Windows 10 Home, Pro lub Enterprise. Tryb S nie jest obsługiwany), Windows 8 lub 8.1, Windows 7, Windows Vista z dodatkiem SP1 lub nowszym, Windows XP z dodatkiem SP3 lub nowszym, Ubuntu 12.04 lub wyższy, Mint17.1 lub wyższa, Red Hat Enterprise Linux 6.4 lub nowszy, Oracle Linux 6.4 lub nowszy, CentOS 6.4 lub wyższy, Fedora 21 lub nowsza, OpenSUSE 13.2 lub wyższy, ArchLinux (tylko 64-bit).

3) minimalne wymagania dot. parametrów łącza sieciowego: Łącze o przepustowości pobierania i wysyłania danych o prędkości: 5 Mb/s.

4) niezbędne oprogramowanie umożliwiające dostęp do prezentowanych treści i materiałów: Google Meets, Zoom Client for Meetings - wersja 4.6.10 (20041.0408) lub wyższa albo - przeglądarka internetowa: Dla Windows: IE 11+, Edge 12+, Firefox 27+, Chrome 30+ Dla Mac: Safari 7+, Firefox 27+, Chrome 30+ Dla Linux: Firefox 27+, Chrome 30+

5) okres ważności linku umożliwiającego uczestnictwo w spotkaniu on-line: link do spotkania on-line jest ważny tylko w okresie trwania usługi (od momentu rozpoczęcia)

Kontakt



SZYMON JARZMIK

E-mail szymon.jarzmik@ptlb.pl

Telefon (+48) 534 142 227