



KJS CAPITAL
SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚ
CIĄ

★★★★★ 4,8 / 5

1 630 ocen

Marka, która przyciąga klientów – strategia komunikacji i działania w social media – usługa szkoleniowa

Numer usługi 2026/05/22/152593/3578977

📍 Olsztyn

🏠 Usługa szkoleniowa

📄 stacjonarna

👥 Zajęcia grupowe

🕒 32:00 h

📅 03.09.2026 do 06.09.2026

7 281,60 PLN brutto

5 920,00 PLN netto

227,55 PLN brutto/h

185,00 PLN netto/h

250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Usługa skierowana jest do osób zainteresowanych budowaniem marki oraz rozwijaniem komunikacji w mediach społecznościowych, w szczególności do:

- właścicieli firm,
- przedsiębiorców,
- kadry zarządzającej,
- specjalistów ds. marketingu, sprzedaży, komunikacji i social media,
- osób odpowiedzialnych za promocję, rozwój marki, pozyskiwanie klientów oraz budowanie rozpoznawalności w internecie.

Minimalna liczba uczestników

10

Maksymalna liczba uczestników

30

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Standard Usług Szkoleniowo– Rozwojowych PIFS SUS 3.0

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje uczestnika do budowania marki oraz prowadzenia spójnej komunikacji w mediach społecznościowych.

Uczestnik zdobywa wiedzę i praktyczne umiejętności w zakresie: analizy marki, określania grup docelowych, planowania

komunikacji, tworzenia treści, budowania zaangażowania odbiorców, rozwijania widoczności w internecie oraz mierzenia skuteczności prowadzonych działań marketingowych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Rozpoznaje elementy składające się na markę.	Wyjaśnia pojęcia tożsamości, wizerunku i reputacji marki; wymienia składowe spójnego wizerunku w internecie.wizerunku zewnętrznego i wewnętrznego	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Określa grupy docelowe oraz potrzeby odbiorców.	Przedstawia przykładowe grupy odbiorców komunikacji marki, omawia ich potrzeby i oczekiwania oraz uzasadnia sposób segmentacji odbiorców w odniesieniu do celów komunikacyjnych.	Debata ustrukturyzowana
Analizuje aktualny wizerunek marki w internecie.	Omawia przykładowe informacje wpływające na wizerunek marki w co najmniej dwóch kanałach cyfrowych, wskazuje ich znaczenie dla odbiorców oraz uzasadnia ocenę spójności komunikacji marki.	Debata ustrukturyzowana
Dobiera kanały social media do celów komunikacyjnych.	Dopasowuje platformy społecznościowe do specyfiki działalności marki i założeń strategicznych.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Przedstawia założenia komunikacji marki.	Formułuje hasła wizerunkowe promujące markę; dobiera adekwatne motywy i formaty graficzne wzmacniające przekaz.	Debata ustrukturyzowana
Omawia komunikację wspierającą widoczność marki.	Omawia koncepcję komunikatu pisanego oraz krótkiej formy wideo, wskazuje cel treści, grupę odbiorców, kanał publikacji oraz uzasadnia dobór narzędzi cyfrowych wspierających przygotowanie treści.	Debata ustrukturyzowana
Planuje działania komunikacyjne w mediach społecznościowych.	Przedstawia założenia planu publikacji i dystrybucji treści, wskazuje częstotliwość działań, przykładowe formaty.	Debata ustrukturyzowana
Wskazuje sposoby mierzenia skuteczności działań marketingowych.	Wymienia i dobiera kluczowe mierniki (KPI) oraz narzędzia analityczne do oceny efektywności w social media.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji lub wyrażnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem zawierają opis efektów uczenia się?

TAK

Pytanie 2. Czy dokument lub wyrażnie 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 wyrażnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

Program

Dzień 1:

1. Wprowadzenie do mediów społecznościowych i ich roli w budowaniu marki.
2. Analiza marki, zasobów i potencjału w kontekście budowania spójnego wizerunku marki.
3. Wybór grupy docelowej – klienci, potencjalni klienci i odbiorcy komunikacji marki oraz analiza ich oczekiwań.
4. Jak budować profil marki w mediach społecznościowych – wprowadzenie.

Dzień 2:

1. Jak budować profil marki w mediach społecznościowych – kontynuacja.
2. Tworzenie angażujących treści pisanych wspierających komunikację marki.
3. Podstawy wykorzystania krótkich form treści w budowaniu widoczności marki.
4. Warsztaty praktyczne – tworzenie materiałów wspierających wizerunek marki z wykorzystaniem aplikacji CapCut, Captions i OpenAI.

Dzień 3:

1. Strategie dystrybucji treści na różnych platformach społecznościowych w działaniach marki.
2. Zaawansowane techniki tworzenia treści wspierających wizerunek marki.
3. Wykorzystanie narzędzi cyfrowych i sztucznej inteligencji w marketingu społecznościowym oraz komunikacji marki.
4. Analiza danych i mierzenie skuteczności działań marketingowych w social media.
5. Zarządzanie kryzysowe w mediach społecznościowych i jego wpływ na markę.

Dzień 4:

1. Budowanie i zarządzanie społecznością online wokół marki.
2. Techniki angażowania i zwiększania zaangażowania odbiorców w komunikacji marki.
3. Przygotowanie własnego planu komunikacji marki w mediach społecznościowych.
4. Walidacja efektów uczenia się – test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie.
5. Walidacja efektów uczenia się – debata ustrukturyzowana oraz omówienie efektów pracy uczestników i rekomendacje do dalszego rozwoju.

Szkolenie odbywa się w godzinach zegarowych.

W każdym dniu szkolenia została uwzględniona jedna przerwa obiadowa trwająca 60 minut, wliczona w czas usługi.

Prowadzone w ramach szkolenia zajęcia realizowane są metodami interaktywnymi i aktywizującymi, rozumianymi jako metody umożliwiające uczenie się w oparciu o doświadczenie i pozwalające uczestnikom na ćwiczenie umiejętności.

Walidacja efektów uczenia się odbywa się z udziałem osoby prowadzącej walidację i obejmuje dwie części: test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie oraz debatę ustrukturyzowaną:

- **Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie** -Test realizowany jest online za pomocą udostępnionego linku. Wynik testu generowany jest automatycznie. Test służy weryfikacji wiedzy uczestników z zakresu budowania marki, komunikacji, doboru platform social media oraz mierzenia skuteczności działań marketingowych.
- **Debata ustrukturyzowana:** Walidacja umiejętności praktycznych odbywa się grupowo w formie debaty ustrukturyzowanej. Uczestnicy zostają podzieleni na zespoły i w wyznaczonym czasie dyskutują oraz bronią przygotowanych podczas szkolenia założeń strategii komunikacji marki. Walidator (moderator) ocenia aktywność, poprawność doboru narzędzi oraz umiejętność uzasadnienia rozwiązań marketingowych przez każdego uczestnika w trakcie trwania wspólnej sesji.

Podział godzin:

Teoria: 20 godzin 40 minut czasu zegarowego

Praktyka: 4 godziny 20 minut czasu zegarowego

Walidacja: 3 godziny czasu zegarowego

Przerwy: 4 godziny czasu zegarowego

Przerwy: 4 godziny czasu zegarowego

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 22

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 22 Wprowadzenie do mediów społecznościowych i ich roli w budowaniu marki.	Zajęcia	Anna Oszajca	03-09-2026	09:00	10:30	01:30
2 z 22 Analiza marki, zasobów i potencjału organizacji w kontekście budowania spójnego wizerunku marki.	Zajęcia	Anna Oszajca	03-09-2026	10:30	13:00	02:30
3 z 22 -	Przerwa	-	03-09-2026	13:00	14:00	01:00

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
4 z 22 Wybór grupy docelowej – klienci, potencjalni klienci i odbiorcy komunikacji marki oraz analiza ich oczekiwań.	Zajęcia	Anna Oszajca	03-09-2026	14:00	15:30	01:30
5 z 22 Jak budować profil marki w mediach społecznościowych – wprowadzenie .	Zajęcia	Anna Oszajca	03-09-2026	15:30	17:00	01:30
6 z 22 Jak budować profil marki w mediach społecznościowych – kontynuacja.	Zajęcia	Anna Oszajca	04-09-2026	09:00	10:30	01:30
7 z 22 Tworzenie angażujących treści pisanych wspierających komunikację marki.	Zajęcia	Anna Oszajca	04-09-2026	10:30	12:20	01:50
8 z 22 Podstawy wykorzystania krótkich form treści w budowaniu widoczności marki.	Zajęcia	Anna Oszajca	04-09-2026	12:20	13:00	00:40
9 z 22 -	Przerwa	-	04-09-2026	13:00	14:00	01:00

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
10 z 22 Warsztaty praktyczne – tworzenie materiałów wspierających komunikację marki z wykorzystaniem aplikacji CapCut, Captions i OpenAI	Zajęcia	Anna Oszajca	04-09-2026	14:00	17:00	03:00
11 z 22 Strategie dystrybucji treści na różnych platformach społecznościowych w działaniach marki.	Zajęcia	Anna Oszajca	05-09-2026	09:00	10:30	01:30
12 z 22 Zaawansowane techniki tworzenia treści wspierających komunikację marki.	Zajęcia	Anna Oszajca	05-09-2026	10:30	12:20	01:50
13 z 22 Wykorzystanie sztucznej inteligencji w marketingu społecznościowym oraz komunikacji marki.	Zajęcia	Anna Oszajca	05-09-2026	12:20	13:00	00:40
14 z 22 -	Przerwa	-	05-09-2026	13:00	14:00	01:00
15 z 22 Analiza danych i mierzenie skuteczności działań marketingowych w social media.	Zajęcia	Anna Oszajca	05-09-2026	14:00	15:30	01:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
16 z 22 Zarządzanie kryzysowe w mediach społecznościowych i jego wpływ na markę.	Zajęcia	Anna Oszajca	05-09-2026	15:30	17:00	01:30
17 z 22 Budowanie i zarządzanie społecznością online wokół marki.	Zajęcia	Anna Oszajca	06-09-2026	09:00	10:30	01:30
18 z 22 Techniki angażowania i zwiększania zaangażowania odbiorców w komunikacji marki.	Zajęcia	Anna Oszajca	06-09-2026	10:30	12:20	01:50
19 z 22 Przygotowanie własnego planu komunikacji marki w mediach społecznościowych.	Zajęcia	Anna Oszajca	06-09-2026	12:20	13:00	00:40
20 z 22 -	Przerwa	-	06-09-2026	13:00	14:00	01:00
21 z 22 -	Walidacja	-	06-09-2026	14:00	14:35	00:35
22 z 22 -	Walidacja	-	06-09-2026	14:35	17:00	02:25

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	32:00
w tym suma godzin zajęć	25:00
w tym suma godzin walidacji	03:00

Rodzaj godzin	Liczba godzin
w tym suma przerw	04:00
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	37:15

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	7 281,60 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 920,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	227,55 PLN
Koszt osobogodziny netto	185,00 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	32:00

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Anna Oszajca

Anna Oszajca – trenerka biznesu, specjalistka w zakresie budowania marek osobistych, komunikacji wideo oraz marketingu internetowego. Posiada doświadczenie w prowadzeniu działań

szkoleniowych i doradczych dotyczących strategii marki, komunikacji w mediach społecznościowych, tworzenia treści cyfrowych oraz wykorzystania narzędzi marketingowych w rozwoju firm i marek osobistych.

Współpracowała przy projektach realizowanych dla marek i instytucji, takich jak Wella Group, Alior Bank, Grupa Żywiec, Panek CS, Cyfrowy Polsat, Asbiro Investors, BNI London, Akademia Sztuk Pięknych w Krakowie – projekt Narodowego Banku Polskiego oraz Politechnika Łódzka – projekt Santander.

Jest certyfikowaną trenerką Instytutu NAO London oraz trenerką Heksagon Group. Ukończyła fakultet Uniwersytetu w Cambridge oraz kierunki związane z marketingiem, public relations i rynkiem sztuki współczesnej.

Specjalizuje się w opracowywaniu strategii komunikacji marek w social media, budowaniu wizerunku firm i osób, tworzeniu angażujących treści internetowych, planowaniu komunikacji marketingowej oraz wykorzystywaniu krótkich form wideo w działaniach promocyjnych i wizerunkowych.

W ramach usługi odpowiada za prowadzenie części dydaktycznej szkolenia. Doświadczenie i kwalifikacje zostały nabyte oraz rozwijane w okresie 5 lat przed publikacją usługi.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Wraz z rozpoczęciem usługi "Marka, która przyciąga klientów – strategia komunikacji i działania w social media", uczestnik otrzymuje autorski zeszyt teoretyczno-ćwiczeniowy (w wersji drukowanej), stanowiący integralną część procesu dydaktycznego.

Zawartość zeszytu:

- **Część teoretyczna:** Zawiera uporządkowaną wiedzę dotyczącą budowania marki, strategii komunikacji w social media, zasad tworzenia angażujących treści oraz aspektów prawnych kampanii wizerunkowych w internecie (RODO, prawo autorskie).
- **Część praktyczna:** Obejmuje zestaw ćwiczeń wspierających analizę marki, określanie grup docelowych i ich potrzeb, planowanie kanałów dystrybucji, tworzenie treści krótkich form wideo oraz definiowanie wskaźników KPI do mierzenia skuteczności prowadzonych działań marketingowych. Materiały mają na celu bezpośrednie wsparcie wdrożenia nabytej wiedzy i praktycznych umiejętności w codziennej działalności biznesowej uczestnika.

Usługa rozwojowa nie jest świadczona przez podmiot pełniący funkcję Operatora lub Partnera Operatora w danym projekcie PSF lub w którymkolwiek Regionalnym Programie lub FERS albo przez podmiot powiązany z Operatorem lub Partnerem kapitałowo lub osobowo. Usługa rozwojowa nie jest świadczona przez podmiot będący jednocześnie podmiotem korzystającym z usług rozwojowych o zbliżonej tematyce w ramach danego projektu. Usługa rozwojowa nie obejmuje wzajemnego świadczenia usług w projekcie o zbliżonej tematyce przez Dostawców usług, którzy delegują na usługi siebie oraz swoich pracowników i korzystają z dofinansowania, a następnie świadczą usługi w zakresie tej samej tematyki dla Przedsiębiorcy, który wcześniej występował w roli Dostawcy tych usług. Cena usługi nie obejmuje kosztów niezwiązanych bezpośrednio z usługą rozwojową, w szczególności kosztów środków trwałych przekazywanych Przedsiębiorcom lub Pracownikom przedsiębiorcy, kosztów dojazdu i zakwaterowania.

Warunki uczestnictwa

Uczestnikiem może być osoba pełnoletnia, zatrudniona w mikro, małym lub średnim przedsiębiorstwie (MŚP) lub osoba dorosła zainteresowana podniesieniem kompetencji z własnej inicjatywy, posiadająca minimum wykształcenie średnie. Wymagana jest podstawowa znajomość obsługi smartfona oraz aplikacji mobilnych do tworzenia treści wideo, np. CapCut, a także własne urządzenie mobilne z możliwością nagrywania wideo. Uczestnik zobowiązany jest do udziału w zajęciach, wykonywania zadań w ramach ćwiczeń praktycznych, przystąpienia do walidacji (test teoretyczny online oraz udział w debacie ustrukturyzowanej) oraz podpisywania listy obecności każdego dnia szkolenia. W przypadku korzystania z dofinansowania uczestnik musi spełniać warunki określone przez właściwego operatora. Wymogi dotyczące frekwencji mogą różnić się w zależności od operatora, prosimy o kontakt z właściwym dla dofinansowania Operatorem Projektu.

Informacje dodatkowe

Uczestnik otrzyma certyfikat i zaświadczenie po spełnieniu warunków usługi, w tym uzyskaniu wymaganej frekwencji oraz pozytywnym przejściu walidacji (test online i debata ustrukturyzowana). Wymogi dotyczące frekwencji są zgodne z zasadami Operatora Projektu i mogą się różnić w zależności od programu (prosimy o kontakt z właściwym Operatorem).

Usługa może korzystać ze zwolnienia z podatku VAT dla uczestników, których poziom dofinansowania wynosi min. 70% wartości usługi. Zwolnienie stosuje się na podstawie art. 43 ust. 1 pkt 29 lit. c Ustawa o podatku od towarów i usług oraz § 3 ust. 1 pkt 14 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20 grudnia 2013 r., pod warunkiem spełnienia przesłanek prawnych.

Adres

ul. Gietkowska 10E
10-170 Olsztyn
woj. warmińsko-mazurskie

Miejsce usługi: Galeria W Ramach Sztuki, ul. Gietkowska 10E, 10-170 Olsztyn

W przypadku problemów z dotarciem pod odpowiedni adres proszę o kontakt z organizatorem szkolenia pod nr telefonu: 690-636-058

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Karolina Puljan

E-mail karolina.puljan@kjscapital.pl

Telefon (+48) 690 636 058