



Strategiczna komunikacja marki w social mediach i działaniach PR - budowanie rozpoznawalności, wizerunku i relacji z odbiorcami - szkolenie

Numer usługi 2026/06/26/165453/3653050

5 000,00 PLN brutto
5 000,00 PLN netto
312,50 PLN brutto/h
312,50 PLN netto/h
249,58 PLN cena rynkowa ⓘ

Elżbieta Wolińska

★★★★★ 4,7 / 5

28 ocen

- 📍 Lublin
- 🏠 Usługa szkoleniowa
- 📄 stacjonarna
- 👥 Zajęcia grupowe
- 🕒 16:00 h
- 📅 06.08.2026 do 07.08.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / PR

Grupa docelowa usługi

Szkolenie skierowane jest do osób dorosłych, osób pracujących, freelancerów, przedsiębiorców oraz osób odpowiedzialnych za komunikację, promocję, obsługę klienta, sprzedaż lub budowanie wizerunku marki w internecie.

Usługa jest przeznaczona dla osób, które chcą świadomie rozwijać rozpoznawalność, wiarygodność i profesjonalny wizerunek marki w mediach społecznościowych oraz w komunikacji online. Szkolenie koncentruje się na praktycznym wykorzystaniu narzędzi public relations, komunikacji marki, content marketingu i social mediów do budowania relacji z odbiorcami, zwiększania widoczności oferty oraz wzmacniania zaufania do marki.

Minimalna liczba uczestników

4

Maksymalna liczba uczestników

10

Data zakończenia rekrutacji

05-08-2026

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Certyfikat ICVC - SURE (Standard Usług Rozwojowych w Edukacji): Norma zarządzania jakością w zakresie świadczenia usług rozwojowych

Cel

Cel edukacyjny

Celem szkolenia jest przygotowanie uczestników do samodzielnego planowania i prowadzenia spójnej komunikacji marki w mediach społecznościowych oraz działaniach public relations, ukierunkowanej na budowanie rozpoznawalności, wiarygodności, profesjonalnego wizerunku i trwałych relacji z odbiorcami.

Po zakończeniu szkolenia uczestnik potrafi określić wyróżniki marki, zidentyfikować grupy odbiorców, dobrać odpowiednie kanały i formaty komunikacji w social mediach, przygotować komunikaty wizerunkowe

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Identyfikuje elementy wpływające na rozpoznawalność, wiarygodność i wizerunek marki	Wskazuje wyróżniki marki oraz elementy budujące jej rozpoznawalność	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Wskazuje działania komunikacyjne wpływające na zaufanie odbiorców do marki	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Opisuje profil potencjalnych odbiorców marki	Analiza dowodów i deklaracji
	Charakteryzuje grupy odbiorców marki i dopasowuje do nich sposób komunikacji	
Planuje komunikację marki w social mediach	Dobiera język, kanały i formaty komunikacji do potrzeb odbiorców	Analiza dowodów i deklaracji
	Wskazuje rolę wybranych kanałów społecznościowych w działaniach wizerunkowych i promocyjnych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Wykorzystuje działania PR do wzmocnienia wizerunku i relacji z otoczeniem marki	Przygotowuje propozycje tematów i formatów treści zgodnych z celem komunikacyjnym marki	Analiza dowodów i deklaracji
	Dobiera działania PR do celu komunikacyjnego marki	Analiza dowodów i deklaracji
Organizuje komunikację marki w sposób odpowiedzialny, spójny i zgodny z zasadami etyki	Przygotowuje przykładowy komunikat wizerunkowy lub promocyjny	Analiza dowodów i deklaracji
	Uzasadnia dobór kanałów komunikacji do celu marketingowego i wizerunkowego	Analiza dowodów i deklaracji
	Wskazuje przykłady etycznych działań komunikacyjnych budujących zaufanie klientów i partnerów	Analiza dowodów i deklaracji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Wskazuje podstawowe zasady promocji treści i zwiększania widoczności marki online	Wskazuje podstawowe cele promocji treści w social mediach	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Dobiera prosty sposób zwiększania widoczności komunikatu do celu działań marki	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

Warunki osiągnięcia celu edukacyjnego

Szkolenie jest skierowane do osób dorosłych, osób pracujących, freelancerów, przedsiębiorców oraz osób zainteresowanych świadomym budowaniem rozpoznawalności, wiarygodności i wizerunku marki w środowisku online.

Usługa koncentruje się na praktycznym wykorzystaniu social mediów, narzędzi public relations i komunikacji marki do planowania działań wizerunkowych, promocyjnych i relacyjnych. Uczestnicy pracują na przykładach marek lokalnych, regionalnych lub osobistych, analizują obecną komunikację online, określają wyróżniki marki, grupy odbiorców, język komunikacji, formaty treści oraz podstawowe działania zwiększające widoczność i zaufanie do marki.

Do udziału w szkoleniu wystarczają podstawowe umiejętności obsługi komputera, internetu i mediów społecznościowych. Nie jest wymagane wcześniejsze doświadczenie zawodowe w public relations lub marketing

Zakres tematyczny

Marka jako fundament komunikacji PR i social media

Czym jest marka, co wpływa na jej rozpoznawalność, wiarygodność i spójność komunikacyjną. Wyróżniki marki, wartości, obietnica marki, ton komunikacji i pierwsze wrażenie odbiorcy.

Audyt obecności marki w internecie

Analiza tego, jak marka prezentuje się online. Spójność opisów, zdjęć, komunikatów, aktywności, opinii, reakcji odbiorców i widoczności w wybranych kanałach.

Grupy odbiorców i język komunikacji marki

Określenie odbiorców, ich potrzeb, problemów i oczekiwań. Dopasowanie stylu komunikacji, tematów i formatów treści do różnych grup odbiorców.

Social media w budowaniu wizerunku i relacji z odbiorcami

Rola Facebooka, Instagrama, TikToka i innych kanałów społecznościowych w komunikacji marki. Treści wizerunkowe, edukacyjne, eksperckie, relacyjne, promocyjne i sprzedażowe.

Public relations marki w komunikacji online

Budowanie zaufania, reputacji i wiarygodności marki. Komunikaty PR, komunikacja wartości, prezentowanie działań marki, reagowanie na opinie i wzmacnianie relacji z otoczeniem.

Widoczność marki i promocja komunikatów w social mediach

Podstawowe sposoby zwiększania zasięgu i widoczności treści. Dobór celów promocyjnych, grup odbiorców, komunikatów i formatów do działań wizerunkowych oraz promocyjnych.

Plan komunikacji marki

Przygotowanie prostego planu działań online: kanały, cele, grupy odbiorców, tematy, częstotliwość publikacji, formaty treści, podstawowe wskaźniki skuteczności i zasady spójności komunikacyjnej.

Odpowiedzialna i etyczna komunikacja marki

Prawo autorskie, spójność przekazu, autentyczność, wiarygodność, unikanie manipulacji, odpowiedzialne wykorzystanie treści wizualnych oraz świadome planowanie komunikacji bez nadprodukcji treści.

Plan komunikacji marki

Przygotowanie prostego planu działań online: kanały, cele, grupy odbiorców, tematy, częstotliwość publikacji, formaty treści, podstawowe wskaźniki skuteczności i zasady spójności komunikacyjnej.

Odpowiedzialna i etyczna komunikacja marki

- Prawo autorskie, spójność przekazu, autentyczność, wiarygodność, unikanie manipulacji, odpowiedzialne wykorzystanie treści wizualnych oraz świadome planowanie komunikacji bez nadprodukcji treści.

Warunki organizacyjne:

- Szkolenie prowadzone jest w formie stacjonarnej, grupowej
- Szkolenie łączy część merytoryczną z elementem warsztatowym
- Program szkolenia jest na bieżąco dostosowywany do poziomu oraz potrzeb uczestników. W związku z tym mogą wystąpić niewielkie zmiany w harmonogramie zajęć, mające na celu zapewnienie jak najwyższej efektywności szkolenia.

Czas trwania

16 godz. zegarowych, przerwy wliczone są w czas trwania usługi.

w tym:

- **teoria: 10 h zegarowych**
- **praktyka: 5,5 h zegarowych**
- **walidacja: 0,5 h zegarowych**
- wymagany próg obecności: 80%

Sposób walidacji efektów uczenia się

Walidacja efektów uczenia się realizowana jest w dwóch uzupełniających się formach: testu teoretycznego z wynikiem generowanym automatycznie (test na kartkach, jednokrotnego wyboru, zgodny z kluczem odpowiedzi) oraz analizy dowodów i deklaracji.

1. Test teoretyczny

- **Rodzaj pytań:** pytania zamknięte jednokrotnego wyboru
- **Próg zaliczenia:** minimum 60% poprawnych odpowiedzi

2. Analiza dowodów i deklaracji

Walidacja polega na ocenie wytworów pracy uczestnika przygotowanych w ramach realizacji zadań praktycznych.

Próg zaliczenia

Warunkiem zaliczenia jest jednocześnie:

- uzyskanie wymaganego progu (60%) w teście teoretycznym,
- oraz uzyskanie wymaganego progu (60%) w analizie dowodów i deklaracji.

Efekt walidacji / dokument końcowy

Po pozytywnym zakończeniu procesu walidacji (uzyskanie wymaganych progów w teście teoretycznym oraz analizie dowodów i deklaracji) uczestnik otrzymuje **zaświadczenie o ukończeniu usługi i nabyciu kompetencji**, wydane przez realizatora szkolenia.

Zaświadczenie potwierdza realizację efektów uczenia się określonych dla usługi oraz udział w procesie walidacji.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 21

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 21 Marka jako fundament komunikacji PR i social media – rozmowa na żywo, ćwiczenia	Zajęcia	PIOTR WOLIŃSKI	06-08-2026	08:00	09:00	01:00
2 z 21 Wyróżniki marki, wartości, ton komunikacji i spójność przekazu – warsztat	Zajęcia	PIOTR WOLIŃSKI	06-08-2026	09:00	10:00	01:00
3 z 21 -	Przerwa	-	06-08-2026	10:00	10:15	00:15
4 z 21 Audyt obecności marki w internecie – analiza komunikacji online	Zajęcia	PIOTR WOLIŃSKI	06-08-2026	10:15	11:15	01:00

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
5 z 21 Grupy odbiorców i dopasowanie języka komunikacji marki	Zajęcia	PIOTR WOLIŃSKI	06-08-2026	11:15	12:15	01:00
6 z 21 -	Przerwa	-	06-08-2026	12:15	13:00	00:45
7 z 21 Social media w budowaniu wizerunku i relacji z odbiorcami	Zajęcia	PIOTR WOLIŃSKI	06-08-2026	13:00	14:00	01:00
8 z 21 Treści wizerunkowe, edukacyjne, eksperckie i promocyjne w social mediach	Zajęcia	PIOTR WOLIŃSKI	06-08-2026	14:00	15:00	01:00
9 z 21 -	Przerwa	-	06-08-2026	15:00	15:15	00:15
10 z 21 Opracowanie tematów komunikacji marki do social mediów	Zajęcia	PIOTR WOLIŃSKI	06-08-2026	15:15	16:00	00:45
11 z 21 Public relations marki w komunikacji online – zaufanie, reputacja i relacje	Zajęcia	PIOTR WOLIŃSKI	07-08-2026	08:00	09:00	01:00
12 z 21 Komunikaty PR i prezentowanie działań marki w internecie	Zajęcia	PIOTR WOLIŃSKI	07-08-2026	09:00	10:00	01:00
13 z 21 -	Przerwa	-	07-08-2026	10:00	10:15	00:15

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
14 z 21 Widoczność marki i promocja komunikatów w social mediach	Zajęcia	PIOTR WOLIŃSKI	07-08-2026	10:15	11:15	01:00
15 z 21 Dobór celów, formatów i grup odbiorców do działań promocyjnych	Zajęcia	PIOTR WOLIŃSKI	07-08-2026	11:15	12:15	01:00
16 z 21 -	Przerwa	-	07-08-2026	12:15	13:00	00:45
17 z 21 Plan komunikacji marki – kanały, tematy, częstotliwość i wskaźniki	Zajęcia	PIOTR WOLIŃSKI	07-08-2026	13:00	14:00	01:00
18 z 21 Odpowiedzialna i etyczna komunikacja marki, prawa autorskie, autentyczność przekazu	Zajęcia	PIOTR WOLIŃSKI	07-08-2026	14:00	14:45	00:45
19 z 21 -	Przerwa	-	07-08-2026	14:45	15:00	00:15
20 z 21 Podsumowanie planu komunikacji marki i zadań praktycznych	Zajęcia	PIOTR WOLIŃSKI	07-08-2026	15:00	15:30	00:30
21 z 21 -	Walidacja	-	07-08-2026	15:30	16:00	00:30

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	16:00

Rodzaj godzin	Liczba godzin
w tym suma godzin zajęć	13:00
w tym suma godzin walidacji	00:30
w tym suma przerw	02:30
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	18:00

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 000,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 113 ust. 1 ustawy o VAT ze względu na wartość sprzedaży	
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 000,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	312,50 PLN
Koszt osobogodziny netto	312,50 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	16:00

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

PIOTR WOLIŃSKI

Piotr Woliński to doświadczony nauczyciel języka angielskiego i przedsiębiorca, specjalizujący się w Business English dla freelancerów i małych firm. Od 2012 roku nieprzerwanie prowadzi własną działalność gospodarczą, a w ostatnich pięciu latach (2020–2025) zrealizował ponad 5000 godzin szkoleń językowych i biznesowych dla profesjonalistów oraz wyższej kadry zarządzającej. W 2021 r. ukończył studia podyplomowe z coachingu i mentoringu na UMCS, akredytowane przez Izbę Coachingu. Współpracował z właścicielami firm oraz kadrami zarządzającą w regionie, przygotowując

ich do negocjacji i spotkań międzynarodowych. Regularnie uczestniczy w konferencjach branżowych i rozwija autorskie metody nauczania. Posiada udokumentowane kwalifikacje i praktykę, zdobyte w ciągu ostatnich 5 lat, zgodne z zakresem świadczonych usług rozwojowych.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnik nie otrzymuje gotowych materiałów szkoleniowych, ponieważ usługa ma charakter praktyczny i warsztatowy. Nauka opiera się na wykonywaniu ćwiczeń, analizie przykładów oraz bieżącej pracy nad komunikacją marki, social mediami, treściami wizerunkowymi i planem działań PR.

Uczestnik może korzystać z własnych notatek, przykładów komunikacji swojej marki oraz materiałów roboczych przygotowywanych podczas szkolenia.

Warunki uczestnictwa

Pełnoletność uczestnika – udział w usłudze jest możliwy wyłącznie dla osób, które ukończyły 18 lat.

Podstawowa umiejętność obsługi komputera i korzystania z internetu – uczestnik powinien umieć:

- korzystać z przeglądarki internetowej,
- obsługiwać podstawowe funkcje komputera (kopiowanie, zapisywanie plików, logowanie do platformy).

Gotowość do aktywnego udziału w zajęciach praktycznych – konieczne jest wykonywanie ćwiczeń z wykorzystaniem narzędzi AI przedstawionych podczas szkolenia.

Brak konieczności wcześniejszego doświadczenia.

Warunek ukończenia szkolenia – obecność na zajęciach w co najmniej 80%; **dla osób korzystających z dofinansowania frekwencja zostanie potwierdzona listą obecności.**

Informacje dodatkowe

- Przerwy są elastyczne i dostosowane do potrzeb uczestników
- Dostawca Usług zapewnia dostępność osobom ze szczególnymi potrzebami zgodnie z Rozporządzeniem Ministra Funduszy i Polityki Regionalnej z dnia 28 lipca 2023 r. w sprawie rejestru podmiotów świadczących usługi rozwojowe, Ustawą z dnia 19 lipca 2019 r. o zapewnianiu dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami oraz Standardami dostępności dla polityki spójności 2021-2027. W przypadku potrzeby zapewnienia specjalnych udogodnień, przed zapisem na usługę, prosimy o kontakt.

Szkolenie realizowane jest w formie stacjonarnej. W ramach organizacji usługi uczestnikom zapewniony jest serwis kawowy, napoje oraz obiad w każdym dniu szkoleniowym. Przerwy są wliczone w czas trwania usługi i zostały ujęte w harmonogramie.

REALIZACJA PROJEKTÓW:

Elżbieta Wolińska realizuje projekty szkoleniowe w ramach współpracy z instytucjami rynku pracy tj.:

- Wojewódzki Urząd Pracy w Toruniu – **Kierunek Rozwój,**
- Wojewódzki Urząd Pracy w Krakowie – **Małopolski**

Adres

ul. Aleja Spółdzielczości Pracy 88
20-147 Lublin
woj. lubelskie

Szkolenie odbędzie się w SKENDE Shopping - w przestrzeni warsztatowo-szkoleniowej Szwedzki Stół

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



ELŻBIETA WOLIŃSKA

E-mail info@elawolinska.pl

Telefon (+48) 516 686 426