



NO DOUBT
DORADZTWO
GOSPODARCZE
SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚĆ
CIĄ

Brak ocen dla tego dostawcy

Szkolenie Marketing w mediach społecznościowych – Instagram, Facebook i Meta Ads. Budowanie marki oraz praktyczne tworzenie treści i prowadzenie kampanii reklamowych

Numer usługi 2026/06/30/205673/3659511

- 📍 Usługa szkoleniowa
- 📺 zdalna w czasie rzeczywistym
- 👥 Zajęcia grupowe
- 🕒 23:45 h
- 📅 28.09.2026 do 30.09.2026

5 300,00 PLN brutto
5 300,00 PLN netto
223,16 PLN brutto/h
223,16 PLN netto/h
250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Identyfikatory projektów	Małopolski Pociąg do kariery
Grupa docelowa usługi	Szkolenie skierowane jest do właścicieli mikro, małych i średnich przedsiębiorstw, osób prowadzących jednoosobową działalność gospodarczą, pracowników odpowiedzialnych za marketing, sprzedaż i promocję firmy, specjalistów ds. marketingu oraz osób planujących rozwój kompetencji w zakresie prowadzenia działań marketingowych w mediach społecznościowych. Uczestnikami mogą być również osoby odpowiedzialne za prowadzenie firmowych profili na Instagramie i Facebooku, tworzenie treści marketingowych, realizację kampanii reklamowych Meta Ads oraz budowanie wizerunku marki w Internecie. Szkolenie jest przeznaczone zarówno dla osób rozpoczynających pracę z marketingiem internetowym, jak i dla osób posiadających podstawowe doświadczenie, które chcą uporządkować wiedzę i rozwinąć praktyczne umiejętności planowania, prowadzenia i analizowania działań marketingowych z wykorzystaniem narzędzi ekosystemu Meta.
Minimalna liczba uczestników	3
Maksymalna liczba uczestników	15
Data zakończenia rekrutacji	26-08-2026
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym

Cel

Cel edukacyjny

Celem szkolenia jest przygotowanie uczestników do samodzielnego planowania i prowadzenia działań marketingowych w mediach społecznościowych z wykorzystaniem Instagrama, Facebooka i Meta Ads. Uczestnicy rozwiną kompetencje w zakresie budowania marki, tworzenia angażujących treści, prowadzenia kampanii reklamowych oraz analizowania ich efektywności, umożliwiające skuteczną promocję działalności i pozyskiwanie klientów.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Charakteryzuje rolę mediów społecznościowych oraz podstawowe zasady marketingu w ekosystemie Meta.	Rozróżnia działania organiczne i płatne, wskazuje rolę Instagrama i Facebooka w marketingu oraz wyjaśnia podstawowe cele marketingowe i lejek marketingowy.	Test teoretyczny
Opisuje zasady budowania strategii komunikacji marki.	Wskazuje elementy strategii komunikacji, definiuje grupę docelową, potrzeby odbiorców oraz zasady spójnej komunikacji marki.	Test teoretyczny
Charakteryzuje zasady optymalizacji profilu firmowego w mediach społecznościowych.	Wymienia elementy profesjonalnego profilu, opisuje funkcję bio, Highlights oraz najczęściej popełniane błędy.	Test teoretyczny
Wyjaśnia zasady content marketingu oraz tworzenia treści w mediach społecznościowych.	Rozróżnia formaty treści, określa cele publikacji oraz wyjaśnia znaczenie CTA i planowania komunikacji.	Test teoretyczny
Opisuje zasady przygotowania materiałów wideo do publikacji w mediach społecznościowych.	Wskazuje zasady kadrowania, oświetlenia, dźwięku oraz przygotowania do nagrań i występów przed kamerą.	Test teoretyczny
Charakteryzuje zasady funkcjonowania systemu Meta Ads.	Opisuje cele kampanii reklamowych, podstawowe zasady budżetowania oraz różnice pomiędzy działaniami organicznymi i płatnymi.	Test teoretyczny
Opisuje zasady przygotowania zaplecza technicznego kampanii reklamowych.	Wymienia elementy Menedżera Reklam, konta reklamowego oraz podstawowe ustawienia techniczne niezbędne do prowadzenia kampanii.	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Charakteryzuje zasady przygotowania skutecznych kreacji reklamowych.	Wskazuje elementy reklamy, zasady tworzenia treści tekstowych i graficznych oraz wykorzystania treści organicznych w reklamach.	Test teoretyczny
Wyjaśnia zasady integrowania działań organicznych i reklamowych.	Opisuje znaczenie remarketingu, planowania działań marketingowych oraz spójności komunikacji organicznej i płatnej.	Test teoretyczny
Charakteryzuje zasady analizy wyników działań marketingowych i planowania dalszych działań.	Wymienia podstawowe wskaźniki efektywności, opisuje zasady interpretacji wyników oraz planowania harmonogramu działań marketingowych.	Test teoretyczny

Kwalifikacje

Kwalifikacje niewłączone do ZSK

Uznane kwalifikacje

Pytanie 3. Czy dokument jest certyfikatem wydawanym przez międzynarodowe instytucje?

TAK

Strona internetowa Instytucji Certyfikującej: <https://standardgccs.com/qualifications/>

Strona internetowa Instytucji Walidującej: <https://icvc.eu/kwalifikacje-miedzynarodowe/>

Informacje

Nazwa Podmiotu prowadzącego walidację	ICVC Certyfikacja Sp. z o.o
Nazwa Podmiotu certyfikującego	Talent Odyssey Ltd

Program

Szkolenie skierowane jest do:

- właścicieli mikro, małych i średnich przedsiębiorstw, którzy chcą zwiększyć skuteczność działań marketingowych w mediach społecznościowych;
- osób odpowiedzialnych za marketing, promocję i komunikację w przedsiębiorstwach;
- pracowników działów marketingu, sprzedaży oraz obsługi klienta wykorzystujących media społecznościowe w działaniach biznesowych;
- osób prowadzących lub planujących prowadzenie firmowych profili na Facebooku i Instagramie;
- przedsiębiorców planujących samodzielne prowadzenie działań marketingowych oraz kampanii reklamowych w ekosystemie Meta;
- freelancerów, twórców internetowych oraz specjalistów rozwijających markę osobistą lub świadczących usługi marketingowe;

- osób odpowiedzialnych za budowanie wizerunku marki, pozyskiwanie klientów oraz rozwój sprzedaży z wykorzystaniem marketingu internetowego;
- osób chcących zdobyć praktyczne kompetencje w zakresie strategii komunikacji, tworzenia angażujących treści, prowadzenia kampanii Meta Ads oraz analizy efektywności działań marketingowych;
- osób bez doświadczenia w marketingu internetowym, które chcą zdobyć praktyczną wiedzę i kwalifikacje umożliwiające samodzielne planowanie i prowadzenie działań marketingowych oraz kampanii reklamowych w mediach społecznościowych.

Usługa realizowana jest w formie wykładów, warsztatów oraz analiz studiów przypadku. Uczestnicy pracują indywidualnie oraz w grupach warsztatowych. Maksymalna liczba uczestników w grupie wynosi 15 osób.

Dopuszczalne są nieznaczne przesunięcia organizacyjne, które nie powodują zmiany zakresu merytorycznego ani liczby godzin usługi.

Usługa prowadzona jest w godzinach zegarowych (1 godzina = 60 minut). Łączny wymiar usługi wynosi 23:45 godziny zegarowe, w tym:

- walidacja efektów uczenia się – 1 godzina zegarowa.

Przerwy są wliczane do czasu trwania usługi.

Walidacja realizowana jest po zakończeniu części szkoleniowej i obejmuje test teoretyczny.

Certyfikat wydawany jest w terminie maksymalnie do 7 dni roboczych od dnia zakończenia walidacji (certyfikat może zostać wydany wcześniej, jednak co do zasady podmiot zewnętrzny ma na to maksymalnie 7 dni roboczych).

Szkolenie prowadzi do nabycia kwalifikacji: Specjalista ds. Social Media Marketingu

PROGRAM SZKOLENIA

Moduł I. Podstawy marketingu w ekosystemie Meta (2 godziny)

Zakres tematyczny

- Rola mediów społecznościowych w marketingu przedsiębiorstwa.
- Charakterystyka Instagrama i Facebooka jako narzędzi biznesowych.
- Pojęcie marketingu organicznego i płatnego.
- Podstawowe cele marketingowe w mediach społecznościowych.
- Wprowadzenie do lejka marketingowego.

Moduł II. Strategia komunikacji marki w mediach społecznościowych (2 godziny)

Zakres tematyczny

- Pojęcie strategii marketingowej i komunikacyjnej.
- Określanie grupy docelowej.
- Definiowanie potrzeb i problemów odbiorców.
- Filary komunikacji marki.
- Spójność wizerunkowa i językowa.

Moduł III. Optymalizacja profilu Instagram i Facebook (2 godziny)

Zakres tematyczny

- Elementy profilu firmowego.
- Bio i informacje o firmie jako element sprzedaży.
- Wyróżnione relacje (Highlights) i ich funkcja.
- Spójność profilu z celami marketingowymi.
- Najczęstsze błędy w prowadzeniu profilu firmowych.

Moduł IV. Content marketing i budowanie relacji z odbiorcami (4 godziny)

Zakres tematyczny

- Rola treści w działaniach marketingowych.
- Rodzaje treści publikowanych w mediach społecznościowych.
- Formaty publikacji: posty, rolki (Reels), relacje (Stories).
- Cele treści: informacyjne, wizerunkowe i sprzedażowe.
- Planowanie treści w kontekście lejka marketingowego.
- Budowanie relacji i zaangażowania odbiorców.
- Komunikacja z odbiorcami i interakcje.

- Stosowanie wezwań do działania (CTA).
- Przygotowanie odbiorców do działań reklamowych.

Moduł V. Mini warsztat tworzenia treści wideo (3 godziny)

Zakres tematyczny

- Rola treści wideo w komunikacji marketingowej.
- Podstawowe zasady nagrywania materiałów do mediów społecznościowych.
- Kadrowanie, światło i dźwięk.
- Przygotowanie do nagrań wideo.
- Podstawy wystąpień przed kamerą.
- Praca z głosem i mimiką.
- Redukcja bariery psychologicznej związanej z nagrywaniem.
- Spójność wizerunku marki w materiałach wideo.
- Praktyczne ćwiczenia nagraniowe.

Moduł VI. Wprowadzenie do Meta Ads (2 godziny)

Zakres tematyczny

- Charakterystyka systemu reklamowego Meta.
- Rodzaje kampanii reklamowych.
- Cele reklamowe.
- Budżet reklamowy – podstawy.
- Różnice pomiędzy działaniami organicznymi i reklamowymi.

Moduł VII. Przygotowanie zaplecza technicznego (2 godziny)

Zakres tematyczny

- Menedżer reklam Meta – struktura.
- Konto reklamowe i jego elementy.
- Strona Facebook i konto Instagram w systemie Meta.
- Podstawowe ustawienia techniczne.
- Najczęstsze błędy konfiguracyjne.

Moduł VIII. Kreacje reklamowe i treści promocyjne (2 godziny)

Zakres tematyczny

- Elementy skutecznej reklamy.
- Treści wizualne i tekstowe.
- Dostosowanie komunikatu do celu kampanii.
- Wykorzystanie treści organicznych w reklamach.
- Podstawowe zasady copywritingu reklamowego.

Moduł IX. Integracja działań organicznych i reklamowych (3 godziny)

Zakres tematyczny

- Zależność pomiędzy contentem organicznym a reklamami.
- Remarketing – podstawy.
- Wykorzystanie zaangażowania użytkowników w reklamach.
- Planowanie działań długoterminowych.
- Spójność komunikacji organicznej i płatnej.

Moduł X. Analiza efektów działań marketingowych (2 godziny)

Zakres tematyczny

- Podstawowe wskaźniki efektywności.
- Analiza statystyk Instagrama i Facebooka.
- Interpretacja wyników kampanii.
- Wyciąganie wniosków.
- Optymalizacja działań marketingowych.

Zakres tematyczny

- Tworzenie planu działań marketingowych.
- Harmonogram publikacji i kampanii.
- Ustalanie priorytetów działań.
- Rozwój kompetencji marketingowych.
- Samodzielne prowadzenie działań marketingowych.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 16

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 16 Omówienie roli mediów społecznościowych w rozwoju firmy, wykorzystania Instagrama i Facebooka w marketingu, różnic między marketingiem organicznym i płatnym oraz podstaw lejka marketingowego.	Zajęcia	Eliza Banaś	28-09-2026	09:00	11:00	02:00
2 z 16 Zasady budowania strategii komunikacji marki, definiowania grupy docelowej i potrzeb klientów oraz tworzenia spójnej komunikacji marketingowej online i offline.	Zajęcia	Eliza Banaś	28-09-2026	11:00	13:00	02:00
3 z 16 -	Przerwa	-	28-09-2026	13:00	14:00	01:00

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
4 z 16 Omówienie elementów profilu firmowego wpływających na decyzje klientów, optymalizacji bio i Highlights oraz zasad budowania spójnego wizerunku i eliminowania najczęstszych błędów.	Zajęcia	Eliza Banaś	28-09-2026	14:00	15:45	01:45
5 z 16 Zasady tworzenia treści marketingowych, planowania komunikacji, wykorzystania postów, rolek i Stories oraz stosowania CTA w celu bud. zaangażowania i przygotowania odbiorców do działań reklamowych.	Zajęcia	Eliza Banaś	28-09-2026	15:45	17:00	01:15

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
6 z 16 Praktyczne przygotowanie do nagrywania materiałów wideo z uwzględnieniem kadrowania, oświetlenia, dźwięku, występów przed kamerą oraz ćwiczeń rozwijających pewność siebie przed obiektywem.	Zajęcia	Eliza Banaś	29-09-2026	09:00	12:00	03:00
7 z 16 -	Przerwa	-	29-09-2026	13:00	14:00	01:00
8 z 16 Podstawy systemu Meta Ads, planowania kampanii reklamowych, doboru celów reklamowych, budżetu oraz zasad łączenia działań organicznych z płatnymi kampaniami.	Zajęcia	Zuzanna Rygielska	29-09-2026	14:00	16:00	02:00
9 z 16 -	Przerwa	-	29-09-2026	16:00	16:15	00:15

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
10 z 16 Przygotowanie zaplecza technicznego do prowadzenia kampanii reklamowych, konfiguracja Menedżera Reklam i konta reklamowego oraz omówienie zasad bezpieczeństwa i najczęstszych błędów.	Zajęcia	Zuzanna Rygielska	29-09-2026	16:15	17:45	01:30
11 z 16 Zasady tworzenia skutecznych kreacji reklamowych, przygotowanie tekstów i grafik, stosowania CTA oraz wykorzystania treści organicznych w kampaniach reklamowych Meta.	Zajęcia	Zuzanna Rygielska	30-09-2026	09:00	11:00	02:00
12 z 16 Zasady łączenia działań organicznych i reklamowych, wykorzystania remarketingu, zaangażowania odbiorców oraz planowania spójnych działań marketingowych.	Zajęcia	Zuzanna Rygielska	30-09-2026	11:00	13:00	02:00

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
13 z 16 -	Przerwa	-	30-09-2026	13:00	14:00	01:00
14 z 16 Analiza statystyk i wyniki działań marketingowych, interpretacja wskaźników efektywności oraz optymalizacji kampanii i komunikacji na podstawie uzyskanych danych.	Zajęcia	Zuzanna Rygielska	30-09-2026	14:00	15:00	01:00
15 z 16 Opracowanie planu działań marketingowych obejmującego harmonogram publikacji, określenie priorytetów oraz zaplanowanie dalszego rozwoju działań promocyjnych w mediach społecznościowych.	Zajęcia	Zuzanna Rygielska	30-09-2026	15:00	16:00	01:00
16 z 16 -	Walidacja	-	30-09-2026	16:00	17:00	01:00

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	23:45
w tym suma godzin zajęć	19:30
w tym suma godzin walidacji	01:00
w tym suma przerw	03:15

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	27:15

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 300,00 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	5 300,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	223,16 PLN
Koszt osobogodziny netto	223,16 PLN
W tym koszt walidacji brutto	250,00 PLN
W tym koszt walidacji netto	250,00 PLN
W tym koszt certyfikowania brutto	250,00 PLN
W tym koszt certyfikowania netto	250,00 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	23:45

Prowadzący

Liczba prowadzących: 2



1 z 2

Eliza Banaś

Specjalistka ds. marketingu internetowego, strateg marketingu oraz trener z ponad 5-letnim doświadczeniem zawodowym w planowaniu, realizacji i optymalizacji działań marketingowych dla

przedsiębiorstw. Specjalizuje się w tworzeniu strategii komunikacji, prowadzeniu działań w mediach społecznościowych, budowaniu wizerunku marek oraz projektowaniu kampanii promocyjnych wspierających rozwój sprzedaży i rozpoznawalności firm. Od wielu lat współpracuje z przedsiębiorcami z różnych branż, wspierając ich w planowaniu komunikacji marketingowej, prowadzeniu profili firmowych, tworzeniu angażujących treści oraz wdrażaniu skutecznych działań promocyjnych w mediach społecznościowych. Realizuje projekty obejmujące opracowanie strategii marketingowych, content marketing, przygotowanie materiałów graficznych i wideo, analizę wyników prowadzonych działań oraz optymalizację kampanii reklamowych. Posiada praktyczne doświadczenie w wykorzystaniu narzędzi Meta Business Suite, Meta Ads Manager, Canva Pro, CapCut, Adobe Photoshop, Google Workspace, Google Analytics, Google Business Profile oraz rozwiązań opartych na sztucznej inteligencji wspierających działania marketingowe. Na bieżąco śledzi zmiany w obszarze marketingu cyfrowego i wdraża aktualne rozwiązania wykorzystywane w komunikacji przedsiębiorstw. Podczas szkoleń stawia na praktyczne podejście do nauki, wykorzystując ćwiczenia, studia przypadków oraz przykłady oparte na rzeczywistych projektach.



2 z 2

Zuzanna Rygielska

Specjalistka ds. marketingu internetowego, social media i performance marketingu z ponad 5-letnim doświadczeniem zawodowym w planowaniu, realizacji oraz optymalizacji działań marketingowych dla przedsiębiorstw z różnych branż. Na co dzień wspiera firmy w budowaniu rozpoznawalności marki, pozyskiwaniu klientów oraz zwiększaniu sprzedaży z wykorzystaniem mediów społecznościowych i płatnych kampanii reklamowych. Doświadczenie zdobywała jako Social Media Specialist w agencji marketingowej obsługującej klientów na rynku krajowym i zagranicznym, realizując kompleksowe działania z zakresu strategii komunikacji, content marketingu oraz kampanii Meta Ads. Obecnie prowadzi własną działalność gospodarczą, w ramach której opracowuje strategie marketingowe, prowadzi profile firmowe, tworzy treści, zarządza kampaniami reklamowymi oraz analizuje ich efektywność dla przedsiębiorców z sektora MŚP. Posiada praktyczne doświadczenie w pracy z narzędziami Meta Business Suite, Meta Ads Manager, Google Ads, Google Analytics oraz TikTok Ads. Tworzy również materiały graficzne i wideo z wykorzystaniem Canva, Adobe Photoshop, Lightroom, DaVinci Resolve oraz Premiere Pro. Jako mentorka programu „Klub Wolnych Ninja” wspiera specjalistów i przedsiębiorców w rozwijaniu kompetencji z zakresu marketingu internetowego, strategii komunikacji oraz reklamy cyfrowej. Podczas szkoleń przekazuje wiedzę opartą na rzeczywistych projektach i aktualnych trendach rynkowych.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy szkoleń otrzymują skrypty i karty pracy do zadań praktycznych w wersji elektronicznej.

Warunki techniczne

W przypadku szkoleń dofinansowanych z Funduszy Europejskich, warunkiem uczestnictwa jest zarejestrowanie i założenie konta w Bazie Usług Rozwojowych, zapisanie się na szkolenie za pośrednictwem Bazy oraz spełnienie wszystkich warunków określonych przez Operatora udzielającego dofinansowanie.

Kontakt



WERONIKA PRYSZCZ

E-mail weronika.pryszcz@nodoubt.pl

Telefon (+48) 506 126 773