



Interactive
Advertising Institute
Sp. z o.o.

★★★★★ 4,6 / 5

126 ocen

Social media od A do Z - szkolenie

Numer usługi 2026/07/20/161607/3698187

- 🗂 Usługa szkoleniowa
- 📺 zdalna w czasie rzeczywistym
- 👥 Zajęcia grupowe
- 🕒 07:30 h
- 📅 08.12.2026 do 10.12.2026

2 214,00 PLN brutto

1 800,00 PLN netto

295,20 PLN brutto/h

240,00 PLN netto/h

250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Zapraszamy wszystkich, którzy potrzebują kompleksowego utrwalenia wiedzy w zakresie social mediów, a w szczególności:

- osoby, które działają online oferując usługi lub produkty
- specjaliści e-marketingu i PR odpowiedzialni za pozyskiwanie i utrzymywanie relacji z klientami
- handlowcy pozyskujący klientów w działaniach bezpośrednich (telefon, e-mail)

Usługa jest również adresowana do uczestników projektów:

- Kierunek Kariera Zawodowa,
- Kierunek – Rozwój.
- Małopolski pociąg do kariery
- Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe
- oraz pozostałych projektów i osób indywidualnych

Minimalna liczba uczestników

4

Maksymalna liczba uczestników

15

Data zakończenia rekrutacji

07-12-2026

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Znak Jakości Małopolskich Standardów Usług Edukacyjno-Szkoleniowych (MSUES) - wersja 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje do prowadzenia samodzielnych działań w zakresie strategii i taktyk w mediach społecznościowych, znajomości celów i KPI, określania taktycznych działań, identyfikowania grupy docelowej i skutecznego docierania do potencjalnych klientów, do znajomości i odpowiedniego wykorzystania platform w mediach społecznościowych, prowadzenia na nich działań marketingowych oraz mierzenia efektywności.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
planuje i prowadzi działania marketingowe w mediach społecznościowych, stosując adekwatne strategie i taktyki	charakteryzuje strategię marketingową dla wybranych mediów społecznościowych, uwzględniającej cele, grupy docelowe, harmonogram publikacji, budżet oraz wskaźniki efektywności (KPI). Dobiera odpowiednie taktyki i narzędzia do realizacji strategii	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
przygotowuje i dystrybuuje treści z wykorzystaniem algorytmów dla poszczególnych kanałów internetowych	planuje tworzenie angażujących treści dostosowanych do specyfiki poszczególnych platform społecznościowych (format, długość, styl). Wykorzystanie narzędzi do analizy i optymalizacji treści pod kątem algorytmów (np. zasięg, interakcje, czas publikacji). Publikacja treści w optymalnych terminach i częstotliwości dla każdego kanału	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
komunikuje się z odbiorcami w sposób adekwatny dla grupy docelowej i pomagający osiągnąć założone cele	dobiera spójny i angażujący przekaz w komunikacji z odbiorcami. dobiera język, styl i ton komunikacji do specyfiki grupy docelowej	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
planuje działania w harmonogramie treści bądź kalendarzu contentowym	planuje szczegółowo harmonogram publikacji treści w mediach społecznościowych. Dobiera w harmonogramie różnorodne formaty treści (posty, relacje, filmy, ankiety itp.). Regularnie aktualizuje harmonogram i dostosowuje go do zmieniających się potrzeb i okoliczności.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
posługuje się odpowiednimi narzędziami (sprzętem i oprogramowaniem)	dobiera narzędzia do obsługi zarządzania mediami społecznościowymi Wykorzystuje narzędzia do analizy i monitoringu mediów społecznościowych Charakteryzuje narzędzia do tworzenia i edycji grafik i wideo	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
monitoruje skuteczność i efektywność wdrażanych rozwiązań	Definiuje kluczowe wskaźniki efektywności (KPI) dla działań w mediach społecznościowych - zasięg, zaangażowanie, konwersje	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

1. Strategie i taktyki w mediach społecznościowych - 2 h 15 min (1 h teoria, 1 h 15 min praktyka)

- cele i KPI w social media – od zasięgów po sprzedaż
- planowanie działań taktycznych w mediach społecznościowych krok po kroku
- kategorie i narzędzia społecznościowe - od serwisów społecznościowych przez blogi po influencerów
- wady i zalety social media, czyli świadomość wyboru narzędzi
- grupa docelowa i adresaci kampanii – kto i jak korzysta z social media?

2. Facebook i Instagram i inne platformy społecznościowe - 2 h 15 min (1 h teoria, 1 h 15 min praktyka)

a) Facebook:

- jak identyfikować grupę docelową i skutecznie docierać do potencjalnych klientów? FB Audience Insights w praktyce
- co wybrać i na co postawić? - zasięg organiczny, płatny, wirusowy
- komunikacja organiczna - jak pisać angażujące posty i skłaniać do akcji?
- reklama na Facebooku krok po kroku - od celów przez formaty do pomiaru skuteczności
- przegląd możliwości reklamowych FB i IG Grupy podobnych i niestandardowych odbiorców

b) Instagram:

- strategiczne sposoby na zaistnienie na IG
- tworzenie własnego kanału krok po kroku
- jak tworzyć angażujące reklamy na IG?
- reklama na IG od A do Z – formaty, koszty, efektywność
- współpraca z youtuberami i digital influencerami oraz sieciami MCN - zasady, wybór, koszty
- kreatywne sposoby na IG i przykłady skutecznych komunikacji/kampanii

c) Pozostałe platformy społecznościowe:

- YouTube krok po kroku – jak się reklamować na YT?
- TikTok i Pinterest - to co najważniejsze: co, jak i dla kogo?
- LinkedIn - komunikacja B2B, reklama i personal branding w pigułce

3. Pozostałe aktywności i działania związane z social media - 2 h 05 min (1 h teoria, 1 h 05 min praktyka)

- monitoring sieci i social listening
- UGC (User Generated Content)
- komunikacja RTMowa
- influencer marketing
- przegląd narzędzi social media managera

Walidacja - test (10 min): test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie. Osoba przeprowadzająca walidację przekazuje uczestnikowi jedynie link do testu i sprawuje nadzór nad jego rzetelnym wypełnieniem, a sprawdzenie prawidłowości odpowiedzi odbywa się automatycznie na podstawie przygotowanego przez trenera klucza odpowiedzi.

Uczestnicy poznają przykłady prawidłowych i nieprawidłowych działań w mediach społecznościowych wraz z omówieniem ich skuteczności i efektywności.

Warunki niezbędne do spełnienia przez uczestników usługi, aby realizacja usługi pozwoliła na osiągnięcie głównego celu: usługa/szkolenie nie wymaga od uczestników znajomości tematu z obszaru e-marketingu, aktywność na zajęciach, minimalny poziom frekwencji - 80%.

W trakcie usługi trener będzie prowadził szkolenie z wykorzystaniem: rozmowy na żywo, chat, współdzielenie ekranu, case study i ćwiczenia praktyczne, które będą obejmować m.in.:

- planowanie i projektowanie komunikacji
- moderowana dyskusja
- dobranie hashtagów do postu
- zaplanowanie planu postów na tydzień
- stworzenie copy pod personę

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 10

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 10 Strategie i taktyki w mediach społecznościowych - ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu	Zajęcia	Anna Ledwoń-Blacha	08-12-2026	10:30	11:45	01:15
2 z 10 -	Przerwa	-	08-12-2026	11:45	12:00	00:15
3 z 10 Strategie i taktyki w mediach społecznościowych - ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu	Zajęcia	Anna Ledwoń-Blacha	08-12-2026	12:00	13:00	01:00
4 z 10 Facebook i Instagram i inne platformy społecznościowe - ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu	Zajęcia	Anna Ledwoń-Blacha	09-12-2026	10:30	11:45	01:15
5 z 10 -	Przerwa	-	09-12-2026	11:45	12:00	00:15
6 z 10 Facebook i Instagram i inne platformy społecznościowe - ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu	Zajęcia	Anna Ledwoń-Blacha	09-12-2026	12:00	13:00	01:00

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
7 z 10 Pozostałe aktywności i działania związane z social media - ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu	Zajęcia	Anna Ledwoń-Blacha	10-12-2026	10:30	11:45	01:15
8 z 10 -	Przerwa	-	10-12-2026	11:45	12:00	00:15
9 z 10 Pozostałe aktywności i działania związane z social media - ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu	Zajęcia	Anna Ledwoń-Blacha	10-12-2026	12:00	12:50	00:50
10 z 10 -	Walidacja	-	10-12-2026	12:50	13:00	00:10

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	07:30
w tym suma godzin zajęć	06:35
w tym suma godzin walidacji	00:10
w tym suma przerw	00:45
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	09:00

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	2 214,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 800,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	295,20 PLN
Koszt osobogodziny netto	240,00 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	07:30

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Anna Ledwoń-Blacha

Strateżka marketingowa, projektantka komunikacji i doświadczeń marek, badaczka trendów i kreatywności, współzałożycielka społeczności CRASH Mondays oraz twórczyni marki BrandWitch.

Od 2010 r. związana z marketingiem. Od ponad 2017 r. szkoli i prowadzi warsztaty - w tym dla branży finansowej, kultury, e-commerce, HR, retail, NGO oraz sektora technologicznego.

Na sali szkoleniowej spędziła ponad 7000 godzin, szkoląc w zakresie strategii, customer experience, digital marketingu, mediów społecznościowych oraz GenAI.

Obszary specjalizacji szkoleń, doradztwa i konsultingu: strategia marketingowa, komunikacyjna oraz Social Media, kompleksowe kampanie oraz obsługa mediów społecznościowych, content marketing oraz copywriting, performance marketing, branding i custom publishing, współpraca z influencerami, generatywna sztuczna inteligencja w marketingu i kreatywności.

Posiada międzynarodowy certyfikat DIMAQ Professional. Trenerka IAB Polska, Sprawny Marketing, Marketer+ i IT Media, wcześniej trenerka Socjomania. Współautorka kilku kursów e-learningowych.

Wykładowczyni studiów podyplomowych, kierownicza kierunku Brand Manager na IMOK. Prowadzi zajęcia m.in. na AGH, WSEI, WSB w Gdańsku, UE we Wrocławiu.

Wykształcenie: 2020 – 2021 Wyższa Szkoła Bankowa w Gdańsku Podyplomowe Kierunek studiów: Data Driven Marketing 2013 – 2015 AGH Magister Kierunek studiów: Zarządzanie: marketing.

Ostatnie 5 lat aktywnie działa w branży marketingowej.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymują:

- materiały autorskie, opracowane przez trenera, udostępniane uczestnikom drogą online, w formacie pdf.
- prezentację materiałów z internetu (serwisy www, infografiki, materiały multimedialne, filmy)
- bazę wiedzy: linki do serwisów i portali
- case study (najciekawsze przykłady z doświadczenia szkoleniowca)
- linki do publikacji branżowych IAB Polska

Uczestnicy otrzymają zaświadczenie o ukończeniu szkolenia, pod warunkiem min. 80% frekwencji.

Warunki uczestnictwa

Przed zapisaniem się proszę o kontakt na mail: szkolenia@dimaq.eu w celu potwierdzenia terminu i dostępności miejsc dla Uczestników.

Warunkiem uczestnictwa z dofinansowaniem jest rejestracja i założenie konta w BUR, dokonanie zapisu na szkolenie za pośrednictwem BUR oraz spełnienie wszystkich warunków określonych przez Operatora.

W przypadku zapisów komercyjnych, bez dofinansowania i ID wsparcia prosimy o zapisy przez stronę: www.dimaq.pl.

Informacje dodatkowe

Usługa szkoleniowa jest zwolniona z podatku VAT w przypadku, kiedy dofinansowanie wynosi co najmniej 70%. W innej sytuacji do ceny netto doliczany jest podatek VAT w wysokości 23%.

Jeśli szkolenie spełnia powyższe warunki i Uczestnik/Pracodawca chce, aby faktura była wystawiona bez podatku VAT, prosimy o taką informację przed rozpoczęciem szkolenia na mail: szkolenia@dimaq.eu.

Zapraszamy na inne szkolenia z e-marketingu, dostępne na stronie: www.dimaq.pl. Szkolenie może być również zorganizowane w formie szkolenia zamkniętego - na potrzeby konkretnego przedsiębiorstwa.

Warunki techniczne

Szkolenie będzie dostępne na platformie Zoom lub Teams. Każdy z uczestników dostanie link do szkolenia.

Minimalne wymagania sprzętowe, jakie musi spełniać komputer Uczestnika lub inne urządzenie do zdalnej komunikacji - system operacyjnych Windows, macOS i Linux, zalecany: procesor dwurdzeniowy o taktowaniu co najmniej 2 Ghz (Intel i3/i5/i7 lub ekwiwalent AMD), pamięć RAM - 4 Gb

Minimalne wymagania dotyczące parametrów łącza sieciowego, jakim musi dysponować Uczestnik: dla audio 256 kb/s, Video w wersji HD – 4Mb/s – to są parametry górne graniczne.

System dopasowuje się do łącza i działa na każdych dostępnych parametrach.

Podstawą do rozliczenia usługi jest wygenerowanie z systemu raportu, umożliwiającego identyfikację wszystkich uczestników oraz zastosowanego narzędzia

Podczas zajęć konieczne jest zastosowanie kamery i mikrofonu.

Link umożliwiający uczestnictwo w spotkaniu on-line będzie aktywny przez cały okres trwania kursu.

Kontakt



PATRYCJA DĄBEK

E-mail p.dabek@dimaq.eu

Telefon (+48) 504 451 512