



IT ENGINEERING &
CONSULTING
SPÓŁKA Z
OGRA NICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚ
CIĄ

★★★★★ 4,9 / 5
1 543 oceny

TikTok Strategy Master – Zaawansowane Planowanie, Skalowanie i Optymalizacja Działania Marketingowych – szkolenie

Numer usługi 2026/07/29/156609/3717396

- 📍 Usługa szkoleniowa
- 📺 zdalna w czasie rzeczywistym
- 👥 Zajęcia grupowe
- 🕒 14:00 h
- 📅 18.11.2026 do 19.11.2026

3 300,00 PLN brutto
3 300,00 PLN netto
235,71 PLN brutto/h
235,71 PLN netto/h
250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Grupa docelowa usługi	Szkolenie adresowane jest do przedsiębiorców i ich pracowników, którzy zauważają potrzebę budowania swojej marki w Internecie i chcą ulepszyć prowadzone działania marketingowe oraz osób, które pragną pozyskać wiedzę i umiejętności w zakresie rozwoju marketingu internetowego i wykorzystywania mediów społecznościowych w codziennym życiu.
Minimalna liczba uczestników	2
Maksymalna liczba uczestników	12
Data zakończenia rekrutacji	17-11-2026
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

Celem szkolenia jest przygotowanie uczestników do samodzielnego opracowywania, wdrażania i optymalizacji zaawansowanych strategii marketingowych na platformie TikTok poprzez planowanie długoterminowej komunikacji marki, tworzenie wysokowartościowych treści, analizę danych, skalowanie zasięgów oraz wykorzystanie narzędzi

analitycznych i strategii content marketingowych do budowania rozpoznawalności marki, zaangażowania odbiorców i realizacji celów biznesowych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
charakteryzuje mechanizmy planowania strategicznych działań marketingowych na platformie TikTok oraz wyjaśnia ich wpływ na realizację celów biznesowych marki.	omawia zasady funkcjonowania algorytmu TikToka i jego wpływ na dystrybucję treści,	Test teoretyczny
	wyjaśnia etapy budowania strategii marketingowej dla marki,	Test teoretyczny
	charakteryzuje metody definiowania grup docelowych oraz person marketingowych,	Test teoretyczny
	opisuje proces planowania ścieżki odbiorcy (Customer Journey),	Test teoretyczny
	rozdziela elementy wpływające na pozycjonowanie marki i budowanie przewagi konkurencyjnej.	Test teoretyczny
opracowuje kompleksową strategię marketingową dla marki na platformie TikTok, dostosowaną do założonych celów biznesowych.	analizuje potrzeby marki oraz grupy docelowej,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	opracowuje strategię komunikacji zgodną z celami marketingowymi,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	projektuje persony odbiorców,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	planuje lejek marketingowy oraz ścieżkę odbiorcy,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	przygotowuje harmonogram działań marketingowych	Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
wyjaśnia zasady projektowania treści marketingowe na platformie TikTok zwiększające zaangażowanie odbiorców i realizację celów komunikacyjnych	charakteryzuje zasady projektowania angażujących materiałów wideo,	Test teoretyczny
	wyjaśnia rolę storytellingu oraz filarów contentowych w komunikacji marki,	Test teoretyczny
	omawia znaczenie trendów, opisów, hashtagów i elementów publikacji wpływających na zasięgi,	Test teoretyczny
	opisuje metody budowania społeczności oraz wykorzystania User Generated Content (UGC),	Test teoretyczny
	wskazuje zasady współpracy z twórcami internetowymi i influencerami.	Test teoretyczny
Projektuje i optymalizuje treści marketingowe na platformie TikTok zwiększające zaangażowanie odbiorców i realizację celów komunikacyjnych.	opracowuje kalendarz contentowy,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	projektuje scenariusze materiałów wideo,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	przygotowuje treści zgodne z przyjętą strategią komunikacji,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	optymalizuje publikacje pod kątem zaangażowania odbiorców,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	planuje działania wspierające rozwój społeczności wokół marki.	Obserwacja w warunkach symulowanych
wyjaśnia zasady integrowania elementów strategii marketingowej w kompleksowy plan rozwoju marki na platformie TikTok.	omawia strukturę kompleksowej strategii marketingowej,	Test teoretyczny
	wyjaśnia zależności pomiędzy analizą, planowaniem, publikacją i optymalizacją,	Test teoretyczny
	opisuje zasady monitorowania realizacji strategii,	Test teoretyczny
	wskazuje metody oceny skuteczności działań marketingowych.	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Analizuje efektywność działań marketingowych na TikToku oraz opracowuje strategię optymalizacji i rozwoju konta marki.	charakteryzuje wskaźniki efektywności działań marketingowych na TikToku,	Test teoretyczny
	wyjaśnia zasady interpretacji danych TikTok Analytics,	Test teoretyczny
	omawia metody testowania A/B treści,	Test teoretyczny
	analizuje statystyki konta TikTok,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	interpretuje wyniki prowadzonych działań marketingowych,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	identyfikuje obszary wymagające optymalizacji,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	opracowuje rekomendacje zwiększające skuteczność działań,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	przygotowuje kompleksową strategię rozwoju konta marki.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	argumentuje proponowane rozwiązania strategiczne,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	wykazuje odpowiedzialność za jakość opracowanej strategii,	Obserwacja w warunkach symulowanych
Budowanie relacji wewnętrznych i zewnętrznych	otwarcie przyjmuje informacje zwrotne i wykorzystuje je do doskonalenia projektu,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	prezentuje postawę ukierunkowaną na osiągnięcie długoterminowych celów marketingowych.	Obserwacja w warunkach symulowanych

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 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

Szkolenie „**TikTok Strategy Master – Zaawansowane Planowanie, Skalowanie i Optymalizacja Działań Marketingowych**” to intensywny program skierowany do osób, które posiadają podstawową znajomość platformy TikTok i chcą rozwijać działania marketingowe na poziomie strategicznym. Program koncentruje się na budowaniu długofalowej strategii komunikacji, projektowaniu skutecznych działań content marketingowych oraz wykorzystaniu mechanizmów platformy do zwiększania zasięgów i zaangażowania odbiorców.

Podczas szkolenia uczestnicy poznają zaawansowane zasady funkcjonowania algorytmu TikToka, nauczą się planować kompleksowe strategie marketingowe, tworzyć spójne filary komunikacji oraz projektować serie materiałów odpowiadające celom biznesowym marki. Istotnym elementem programu jest analiza danych, interpretacja wskaźników efektywności, optymalizacja publikowanych treści oraz planowanie działań opartych na wynikach analitycznych.

Szkolenie ma charakter warsztatowy. Uczestnicy pracują na rzeczywistych przykładach, opracowują własne strategie marketingowe, analizują skuteczność publikacji oraz przygotowują kompleksowy plan rozwoju marki na platformie TikTok. Zdobyte kompetencje umożliwią samodzielne prowadzenie zaawansowanych działań marketingowych ukierunkowanych na budowanie społeczności, zwiększanie rozpoznawalności marki oraz osiąganie celów sprzedażowych.

Usługa jest prowadzona przez obojga trenerów jednocześnie. Brak możliwości uwzględnienia tego w harmonogramie.

Moduł 1. Strategiczne Planowanie Obecności Marki na TikToku

Część teoretyczna

- analiza aktualnego ekosystemu TikToka oraz kierunków rozwoju platformy,
- zaawansowane zasady działania algorytmu rekomendacji,
- budowanie strategii marketingowej dostosowanej do celów biznesowych,
- definiowanie grup docelowych z wykorzystaniem person marketingowych,
- planowanie ścieżki odbiorcy (Customer Journey) na TikToku,
- pozycjonowanie marki oraz budowanie przewagi konkurencyjnej.

Część praktyczna

- analiza istniejącego konta lub marki,
- opracowanie strategii komunikacji,
- tworzenie person odbiorców,
- projektowanie lejka marketingowego,
- opracowanie harmonogramu publikacji zgodnego z celami biznesowymi.

Moduł 2. Zaawansowana Strategia Content Marketingu na TikToku

Część teoretyczna

- budowanie filarów contentowych,
- projektowanie serii materiałów zwiększających retencję odbiorców,
- storytelling i psychologia angażujących treści,
- planowanie treści sprzedażowych bez utraty autentyczności,

- wykorzystanie trendów jako elementu długoterminowej strategii,
- budowanie eksperckiego wizerunku marki.

Część praktyczna

- opracowanie kalendarza contentowego,
- tworzenie scenariuszy materiałów,
- projektowanie serii publikacji,
- analiza potencjału viralowego przygotowanych treści,
- optymalizacja komunikacji pod kątem zaangażowania.

Moduł 3. Produkcja Materiałów Premium oraz Optymalizacja Publikacji

Część teoretyczna

- zaawansowane techniki tworzenia materiałów wideo,
- kompozycja, światło, dźwięk oraz montaż zwiększające skuteczność materiałów,
- wykorzystanie funkcji TikToka wspierających zasięgi,
- optymalizacja opisów, hashtagów oraz miniaturek,
- zasady publikacji zwiększające efektywność działań.

Część praktyczna

- przygotowanie materiałów zgodnie z opracowaną strategią,
- optymalizacja publikacji,
- analiza jakości przygotowanych materiałów,
- indywidualna korekta projektów.

Moduł 4. Skalowanie Zasięgów i Budowanie Społeczności

Część teoretyczna

- strategie skalowania organicznych zasięgów,
- budowanie zaangażowanej społeczności,
- współpraca z twórcami oraz influencer marketing,
- wykorzystanie User Generated Content (UGC),
- zarządzanie komunikacją z odbiorcami,
- budowanie lojalności klientów.

Część praktyczna

- opracowanie strategii rozwoju społeczności,
- planowanie współprac marketingowych,
- projektowanie działań zwiększających zaangażowanie,
- przygotowanie kampanii opartych na UGC.

Moduł 5. Analityka, Optymalizacja i Skalowanie Wyników

Część teoretyczna

- analiza wskaźników efektywności działań marketingowych,
- interpretacja danych TikTok Analytics,
- identyfikacja mocnych i słabych stron strategii,
- testowanie A/B treści,
- optymalizacja działań marketingowych na podstawie danych,
- planowanie długoterminowego rozwoju konta.

Część praktyczna

- analiza statystyk przykładowych kont,

- interpretacja wyników kampanii,
- opracowanie planu optymalizacji,
- przygotowanie rekomendacji rozwojowych.

Moduł 6. Projekt Strategii Marketingowej TikTok dla Marki

Część praktyczna

- opracowanie kompleksowej strategii marketingowej dla wybranej marki,
- przygotowanie planu komunikacji na kolejne miesiące,
- zaplanowanie filarów contentowych,
- opracowanie strategii wzrostu oraz skalowania zasięgów,
- przygotowanie planu analityki i optymalizacji działań,
- prezentacja projektu,
- omówienie rezultatów oraz indywidualne wskazówki instruktora.

Walidacja (15min)

Walidacja efektów uczenia się przeprowadzana jest po zakończeniu części dydaktycznej szkolenia i obejmuje:

- test wiedzy,
- ocenę zadania praktycznego - obserwacja w warunkach symulowanych,

Walidacja prowadzona jest przez osobę nieuczestniczącą w procesie szkolenia zgodnie z zasadą rozdzielania procesu kształcenia od procesu walidacji. Oceniana jest wiedza oraz praktyczne zastosowanie kompetencji zgodnie z kryteriami weryfikacji.

Dla lepszego przyswojenia programu szkoleń Uczestnicy otrzymają materiały dydaktyczne oraz przeprowadzony zostanie test sprawdzający wiedzę przed i po szkoleniu, którego ukończenie pozwoli Uczestnikom uzupełnienie i uporządkowanie dotychczasowej wiedzy.

Szkolenie realizowane jest w formie zdalnej w czasie rzeczywistym z wykorzystaniem platformy umożliwiającej dwustronną komunikację audio i wideo pomiędzy uczestnikami a trenerem.

Każdy uczestnik powinien dysponować:

- komputerem lub laptopem wyposażonym w kamerę, mikrofon i głośniki (lub zestaw słuchawkowy),
- stabilnym dostępem do Internetu umożliwiającym udział w zajęciach online,
- aktualną przeglądarką internetową,
- aktywnym kontem na platformie TikTok oraz dostępem do **TikTok Business** i **TikTok Analytics**,
- możliwością korzystania z narzędzi do tworzenia i edycji materiałów wideo oraz prezentacji treści cyfrowych.

Materiały szkoleniowe udostępniane są uczestnikom w formie elektronicznej. Szkolenie prowadzone jest z wykorzystaniem prezentacji, warsztatów, analiz przypadków oraz ćwiczeń praktycznych realizowanych na rzeczywistych przykładach działań marketingowych. Uczestnicy mają możliwość zadawania pytań, konsultowania przygotowywanych strategii oraz wykonywania ćwiczeń pod bieżącym nadzorem trenera. Wszystkie godziny szkoleniowe realizowane są z udziałem trenera w czasie rzeczywistym.

Usługa prowadzona jest w formie ćwiczeń, chatu oraz dyskusji z uczestnikami szkolenia.

Usługa realizowana jest w godzinach zegarowych. Przerwy zostały uwzględnione w harmonogramie, są wliczone do liczby godzin usługi rozwojowej.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 9

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 9 Moduł 1. Strategiczne Planowanie Obecności Marki na TikToku	Zajęcia	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	18-11-2026	09:00	10:30	01:30
2 z 9 Moduł 2. Zaawansowa na Strategia Content Marketingu na TikToku	Zajęcia	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	18-11-2026	10:30	12:30	02:00
3 z 9 -	Przerwa	-	18-11-2026	12:30	13:30	01:00
4 z 9 Moduł 3. Produkcja Materiałów Premium oraz Optymalizacja Publikacji	Zajęcia	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	18-11-2026	13:30	16:00	02:30
5 z 9 Moduł 4. Skalowanie Zasięgów i Budowanie Społeczności	Zajęcia	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	19-11-2026	09:00	10:30	01:30
6 z 9 Moduł 5. Analityka, Optymalizacja i Skalowanie Wyników	Zajęcia	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	19-11-2026	10:30	12:30	02:00
7 z 9 -	Przerwa	-	19-11-2026	12:30	13:30	01:00
8 z 9 Moduł 6. Projekt Strategii Marketingowej TikToku dla Marki	Zajęcia	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	19-11-2026	13:30	15:45	02:15
9 z 9 -	Walidacja	-	19-11-2026	15:45	16:00	00:15

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	14:00

Rodzaj godzin	Liczba godzin
w tym suma godzin zajęć	11:45
w tym suma godzin walidacji	00:15
w tym suma przerw	02:00
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	16:00

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	3 300,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT	
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	3 300,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	235,71 PLN
Koszt osobogodziny netto	235,71 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	14:00

Prowadzący

Liczba prowadzących: 2



1 z 2

Urszula Stefanowicz-Peczyńska

Założycielka agencji marketingowej - Detalle. W swoim 7 letnim doświadczeniu na stanowiskach managerskich współpracowała z zespołami marketingowymi, szkoląc i rozwijając swoje umiejętności w praktyce. Swoje doświadczenie w marketingu przekłada na szereg działań współpracując z wieloma firmami tworząc dla nich strategie marketingowe, kampanie, projekty, materiały foto i video. Jest specjalistką w tworzeniu komunikacji social media oraz influencer marketingu. Pracowała z wieloma markami lifestylowymi, wybierając kolekcje ubrań i sneakersów,

które odmieniły rynek modowy i nadawały kierunek trendom. Jako brand manager stworzyła niezapomniane kampanie, sesje zdjęciowe, pokazy mody i współprace z influencerami. Przeprowadziła kilkaset godzin doradztwa i szkoleń w zakresie budowania strategii marketingowej, tworzenia kampanii czy budowania marki.

Wykształcenie wyższe

Studia podyplomowe - Grafika i multimedia - WSB Gdańsk, październik 2020r. - czerwiec 2021 r.

Studia podyplomowe - Psychodietetyka - Uniwersytet SWPS w Warszawie październik 2016 r. – czerwiec 2017 r.

Studia licencjackie – Dietetyka - Uniwersytet Warmińsko-Mazurski, październik 2013 r. – czerwiec 2015 r.



2 z 2

Beata Argalska

Posiada ponad 7 letnie doświadczenie w Marketingu. Swoją karierę zaczynała w lifestylowym magazynie, agencji reklamowej i grupie deweloperskiej. Jest specjalistką w dziedzinie komunikacji marketingowej, insightu konsumenckiego, budowania strategii Social Media i marketingu deweloperskiego.

Posiada kilkuletnie doświadczenie w doradztwie i szkoleniach z budowania strategii marketingowej oraz tworzenia kampanii reklamowych.

Moje wykształcenie:

- Akademia Wychowania Fizycznego i Sportu (mgr turystyki i rekreacji)
- Uniwersytet Gdański - Reklama i marketing medialny
- Wyższa Szkoła Bankowa w Gdańsku - Grafika i multimedia

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały w postaci prezentacji i skryptów zostaną udostępnione dla uczestników podczas usługi oraz po jej realizacji.

Warunki uczestnictwa

Warunkiem skorzystania z usługi jest bezpośredni zapis na usługę za pośrednictwem Bazy Usług Rozwojowych oraz wypełnienie ankiety oceniającej usługę rozwojową.

Informacje dodatkowe

Usługa jest zwolniona z podatku VAT w przypadku, kiedy przedsiębiorstwo zwolnione jest z podatku VAT lub dofinansowanie wynosi co najmniej 70%. W innej sytuacji do ceny netto doliczany jest podatek VAT w wysokości 23%. Podstawa: §3 ust. 1 pkt. 14 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20.12.2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz szczegółowych warunków stosowania tych zwolnień (Dz.U. z 2018 r., poz. 701).

Warunki techniczne

Usługa prowadzona jest za pośrednictwem platformy TEAMS

W celu odbioru transmisji Szkolenia online Uczestnik powinien dysponować:

- komputerem z zainstalowanym system operacyjnym Windows 7 albo nowszym albo macOS Sierra (10.12.6) albo nowszym lub urządzeniem mobilnym z zainstalowanym systemem operacyjnym Android (Lollipop) wersja 5.0 albo nowszym lub iOS wersja 9.3.5, albo nowszym, wyposażonym w ekran i głośniki;
- dostęp do sieci Internet, w zależności od wybranej jakości transmisji, o przepustowości łącza co najmniej: 240p 500 kbps 360p 1 Mbps 720p 3 Mbps, 1080p 7 Mbps 2K 12 Mbps 4K 22 Mbps;
- aktualną wersją przeglądarki Firefox, Opera, Microsoft Edge, Chrome lub Safari;
- kamerką internetową i mikrofonem
- Adobe acrobat w najnowszej wersji.

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

Kontakt



Marta Skraba

E-mail marta@it-ec.pl

Telefon (+48) 451 055 967