



"ASHANTI ATELIER"
SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚĆ
CIĄ

★★★★★ 4,9 / 5

78 ocen

Facebook & Instagram - planowanie treści, komunikacji i reklam w gastronomii

Numer usługi 2026/07/30/191735/3719321

📍 Łódź
🏢 Usługa szkoleniowa
📄 stacjonarna
👥 Zajęcia grupowe
🕒 06:00 h
📅 09.11.2026 do 09.11.2026

1 968,00 PLN brutto

1 600,00 PLN netto

328,00 PLN brutto/h

266,67 PLN netto/h

214,81 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria

Inne / Gastronomia

Grupa docelowa usługi

Szkolenie skierowane jest do:

- właścicieli i managerów restauracji, barów, kawiarni oraz bistro,
- osób prowadzących profile lokali gastronomicznych w mediach społecznościowych,
- pracowników lokali gastronomicznych współpracujących z agencjami marketingowymi,
- freelancerów obsługujących firmy z branży gastronomicznej,
- osób, które chcą wykorzystywać Facebooka i Instagrama do rozwijania komunikacji oraz sprzedaży lokalu gastronomicznego.

Minimalna liczba uczestników

5

Maksymalna liczba uczestników

12

Data zakończenia rekrutacji

06-11-2026

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

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 usługi jest przygotowanie uczestnika do samodzielnego planowania i prowadzenia komunikacji lokalu gastronomicznego na Facebooku i Instagramie. Po szkoleniu uczestnik tworzy plan treści, dobiera formaty publikacji do potrzeb odbiorców, analizuje działania konkurencji oraz planuje podstawowe działania reklamowe wspierające sprzedaż, rezerwacje i budowanie społeczności wokół lokalu.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Charakteryzuje zasady prowadzenia komunikacji lokalu gastronomicznego na Facebooku i Instagramie.	Wyjaśnia zastosowanie wybranych formatów treści, w tym postów i Stories, w komunikacji lokalu gastronomicznego.	Wywiad swobodny
	Wskazuje elementy wpływające na dopasowanie treści do potrzeb odbiorców, zaangażowanie oraz widoczność profilu.	Wywiad swobodny
Charakteryzuje podstawowe zasady planowania i analizowania działań reklamowych na Facebooku i Instagramie.	Wyjaśnia różnicę pomiędzy działaniami organicznymi a płatnymi działaniami reklamowymi.	Wywiad swobodny
	Omawia zastosowanie grup odbiorców, remarketingu i kampanii kierowanych do dotychczasowych klientów.	Wywiad swobodny
Opracowuje plan treści dla profilu lokalu gastronomicznego.	Dobiera tematykę i formaty publikacji do określonej grupy odbiorców oraz celu komunikacyjnego.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Przygotowuje plan publikacji obejmujący posty i Stories na wybrany okres.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Dobiera działania promocyjne i reklamowe do celu lokalu gastronomicznego.	Analizuje przedstawione działania konkurencyjnego lokalu i wskazuje rozwiązania możliwe do wykorzystania we własnej komunikacji.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Dobiera cel, grupę odbiorców i sposób prowadzenia podstawowego działania reklamowego oraz uzasadnia swój wybór.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uwzględnia potrzeby odbiorców oraz cele lokalu podczas planowania komunikacji w mediach społecznościowych.	Uzasadnia dobór treści, odnosząc go do potrzeb określonej grupy odbiorców.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Wskazuje możliwy wpływ zaplanowanej komunikacji na rozpoznawalność, zaangażowanie odbiorców lub sprzedaż lokalu.	Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Wykorzystuje informację zwrotną podczas doskonalenia planu komunikacji.	Wskazuje element przygotowanego planu wymagający korekty po otrzymaniu informacji zwrotnej.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Wprowadza uzasadnioną zmianę do planu treści lub działania promocyjnego.	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 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

Planowanie komunikacji lokalu gastronomicznego

- określanie celów prowadzenia komunikacji w mediach społecznościowych,
- rozpoznawanie potrzeb i zachowań odbiorców lokalu,
- tworzenie treści wspierających sprzedaż, rezerwacje i budowanie społeczności,
- ograniczanie chaotycznych i przypadkowych działań publikacyjnych.

Instagram w gastronomii

- różnice pomiędzy kontem osobowym i firmowym,
- poszukiwanie inspiracji do publikacji,
- przygotowywanie postów przy użyciu telefonu, z uwzględnieniem typów zdjęć, aplikacji i filtrów,
- tworzenie treści dopasowanych do potrzeb klientów,
- wykorzystanie Stories w codziennej komunikacji z odbiorcami,
- analiza działań konkurencji,
- różnice pomiędzy korzystaniem z Instagrama na urządzeniu mobilnym i komputerze,
- planowanie postów i Stories,
- wykorzystanie automatyzacji oraz bezpłatnych działań zwiększających zasięg, widoczność i zaangażowanie.

Facebook dla lokali gastronomicznych

- udostępnianie treści z Instagrama i wpływ sposobu publikacji na zasięg,
- wykorzystanie funkcji Facebooka do promocji lokalu,
- tworzenie angażujących postów,
- planowanie i publikowanie treści z wykorzystaniem dostępnych narzędzi,
- analiza działań reklamowych konkurencji,
- budowanie bazy klientów,
- wykorzystanie automatyzacji i rozwiązań opartych na sztucznej inteligencji w komunikacji oraz obsłudze odbiorców.

Reklamy na Facebooku i Instagramie

- podstawowe możliwości systemu reklamowego,
- określanie celów działań reklamowych,
- dobieranie grup odbiorców,
- remarketing i niestandardowe grupy odbiorców,
- kampanie kierowane do dotychczasowych klientów,
- podstawowe schematy lejków marketingowych stosowanych w gastronomii.

Praca warsztatowa

- opracowanie planu treści dla lokalu gastronomicznego,
- dobór formatów publikacji do potrzeb odbiorców,
- analiza przykładowych działań konkurencji,
- przygotowanie rekomendacji dotyczącej podstawowego działania reklamowego,
- omówienie przygotowanych rozwiązań i wprowadzenie korekt.

Walidacja obejmuje wywiad swobodny służący weryfikacji efektów z zakresu wiedzy oraz obserwację w warunkach symulowanych służącą weryfikacji umiejętności i kompetencji społecznych. Uczestnik wykonuje zadania zgodnie z kryteriami weryfikacji określonymi dla usługi.

Poszczególne zagadnienia mogą być realizowane w ramach łączonych bloków tematycznych, z uwzględnieniem poziomu zaawansowania uczestników, organizacji pracy oraz specyfiki analizowanych działań komunikacyjnych. Zmiana kolejności realizacji zagadnień nie wpływa na osiągnięcie wszystkich zaplanowanych efektów uczenia się ani realizację pełnego programu usługi.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 10

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 10 Analizowanie celów komunikacji lokalu gastronomicznego oraz potrzeb odbiorców na Facebooku i Instagramie	Zajęcia	Bartosz Paczyński	09-11-2026	10:00	10:45	00:45

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
2 z 10 Dobieranie tematów i formatów treści, w tym postów i Stories, do komunikacji lokalu gastronomicznego	Zajęcia	Bartosz Paczyński	09-11-2026	10:45	11:30	00:45
3 z 10 -	Przerwa	-	09-11-2026	11:30	11:45	00:15
4 z 10 Planowanie publikacji oraz wykorzystywanie działań zwiększających zasięg, widoczność i zaangażowanie odbiorców	Zajęcia	Bartosz Paczyński	09-11-2026	11:45	12:30	00:45
5 z 10 Wykorzystywanie funkcji Facebooka i Instagrama oraz narzędzi wspierających planowanie i automatyzację komunikacji	Zajęcia	Bartosz Paczyński	09-11-2026	12:30	13:00	00:30
6 z 10 -	Przerwa	-	09-11-2026	13:00	13:30	00:30
7 z 10 Analizowanie komunikacji i działań reklamowych konkurencyjnych lokali gastronomicznych	Zajęcia	Bartosz Paczyński	09-11-2026	13:30	14:30	01:00

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
8 z 10 Dobieranie celów, grup odbiorców i podstawowych schematów reklamowych na Facebooku i Instagramie	Zajęcia	Bartosz Paczyński	09-11-2026	14:30	15:15	00:45
9 z 10 -	Przerwa	-	09-11-2026	15:15	15:30	00:15
10 z 10 -	Walidacja	-	09-11-2026	15:30	16:00	00:30

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	06:00
w tym suma godzin zajęć	04:30
w tym suma godzin walidacji	00:30
w tym suma przerw	01:00
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	06:30

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	1 968,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 600,00 PLN

Koszt osobogodziny brutto

328,00 PLN

Koszt osobogodziny netto

266,67 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin

Liczba godzin

Liczba godzin zegarowych usługi

06:00

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Bartosz Paczyński

Praktyk marketingu internetowego, właściciel agencji Social Media Content Hero oraz Agencji360.com, a także Interim Marketing Director. Specjalizuje się we wdrażaniu działań z zakresu marketingu cyfrowego, ukierunkowanych na osiągnięcie celów biznesowych klientów. Jest certyfikowanym ekspertem Google Ads, strategiem i liderem projektów realizowanych zgodnie z metodyką Agile, certyfikowanym Scrum Masterem, posiadaczem certyfikatu DIMAQ Professional oraz akredytowanym trenerem IAB Polska. Prowadzi zajęcia jako wykładowca akademicki w Akademii Leona Koźmińskiego, Uniwersytecie WSB Merito oraz Collegium Da Vinci. Opracował ponad 180 strategii digital marketingowych, przeprowadził ponad 600 sesji doradczych oraz przeszkolił ponad 20 000 osób. Prowadzi szkolenia ukierunkowane na rozwój praktycznych kompetencji zawodowych uczestników w obszarze marketingu internetowego. W ostatnich 5 latach aktywnie działa jako trener i konsultant, stale rozwijając swoje kompetencje zawodowe oraz dydaktyczne.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Po zakończeniu szkolenia oraz pozytywnym przejściu walidacji uczestnik otrzymuje certyfikat potwierdzający udział w usłudze oraz osiągnięcie efektów uczenia się.

Organizator zapewnia profesjonalną salę szkoleniową oraz materiały i wyposażenie niezbędne do realizacji ćwiczeń warsztatowych, z wyjątkiem laptopa i zasilacza, które uczestnik zapewnia we własnym zakresie.

Warunki uczestnictwa

Uczestnik jest zobowiązany do zabrania na szkolenie własnego, sprawnego laptopa oraz zasilacza umożliwiającego korzystanie z urządzenia przez cały czas trwania szkolenia.

Warunkiem zaliczenia szkolenia jest potwierdzenie obecności na 80%-100% czasu trwania usługi (w zależności od wymogów operatora) własnoręcznym podpisem na liście obecności oraz pozytywne przejście walidacji efektów uczenia się zgodnie z zasadami określonymi dla danej usługi.

Informacje dodatkowe

Szkolenie prowadzone jest w formule warsztatowej, z wykorzystaniem przykładów działań komunikacyjnych i reklamowych stosowanych przez lokale gastronomiczne.

Usługa korzysta ze zwolnienia z podatku VAT w przypadku finansowania ze środków publicznych zgodnie z obowiązującymi przepisami.

Adres

ul. Henryka Sienkiewicza 82/84

90-318 Łódź

woj. łódzkie

Usługa realizowana jest w profesjonalnej sali szkoleniowej dostosowanej do prowadzenia zajęć warsztatowych.

Obiekt zlokalizowany jest w centrum Łodzi.

Możliwy dojazd komunikacją miejską. W bezpośrednim sąsiedztwie obiektu zlokalizowane są przystanki autobusowe i tramwajowe.

Szczegółowe informacje dotyczące dojazdu oraz lokalizacji rekomendowanych miejsc parkingowych uczestnicy otrzymują drogą mailową przed rozpoczęciem usługi.

W okolicy znajdują się punkty gastronomiczne, sklepy oraz baza noclegowa.

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi
- Obiekt posiada windę.

Kontakt



KATARZYNA MAJEWSKA

E-mail bur@ashanti.pl

Telefon (+48) 693 693 116