



DIGITAL BRAND
MAGDALENA
GŁOMSKA

★★★★★ 4,6 / 5

2 179 ocen

**Szkolenie SPECJALISTA DS. MARKETINGU
INTERNETOWEGO: Facebook, Instagram
oraz TikTok w Biznesie z elementami
zielonych kompetencji. Strategia
komunikacji. Sztuczna inteligencja AI.
Rolki. System reklamowy Meta Advance-
program rozszerzony 4 dni (kwalifikacja +
egzamin zewnętrzny)**

Numer usługi 2026/08/13/118911/3744315

- 🏠 Usługa szkoleniowa
- 💻 zdalna w czasie rzeczywistym
- 👥 Zajęcia grupowe
- 🕒 32:00 h
- 📅 17.10.2026 do 27.10.2026

5 300,00 PLN brutto
5 300,00 PLN netto
165,63 PLN brutto/h
165,63 PLN netto/h
250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Grupa docelowa usługi	• Jednoosobowych działalności gospodarczych • Przedsiębiorstw, korporacji i dużych firm - prezesów i właścicieli • Osób zarządzających działami marketingu, PR i sprzedaży - dyrektorów, menedżerów i kierowników • Zespołów sprzedażowych i marketingowych - projekt managerów • Specjalistów ds. marketingu, PR, e-commerce • Osób chcących nabyć kwalifikacje marketingowe
Minimalna liczba uczestników	2
Maksymalna liczba uczestników	12
Data zakończenia rekrutacji	16-10-2026
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje uczestnika do samodzielnego prowadzenia działań marketingowych w środowisku cyfrowym z wykorzystaniem Facebooka, Instagrama, TikToka, Meta Business oraz narzędzi sztucznej inteligencji. Uczestnik rozwinie

kompetencje cyfrowe w zakresie planowania komunikacji, tworzenia treści, prowadzenia kampanii reklamowych, analizy wyników oraz odpowiedzialnego i zgodnego z zasadami zrównoważonego rozwoju wykorzystania technologii cyfrowych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Charakteryzuje zastosowanie narzędzi marketingu cyfrowego i sztucznej inteligencji wspierających rozwój kompetencji cyfrowych i zielonych zgodnie z kierunkami transformacji.	Wskazuje zastosowanie narzędzi marketingowych (Facebook, Instagram, TikTok, AI, Meta Business) wspierających cyfryzację i rozwój kompetencji cyfrowych w organizacji	Test teoretyczny
	Rozpoznaje działania marketingowe wpisujące się w rozwój zielonych umiejętności (np. ograniczanie nadprodukcji treści, digitalizacja komunikacji, optymalizacja zasobów cyfrowych)	Test teoretyczny
Charakteryzuje strategię komunikacji marki i sposoby budowania wizerunku w social mediach. Charakteryzuje metody planowania i tworzenia treści marketingowych z wykorzystaniem AI i narzędzi cyfrowych. Charakteryzuje zasady spójnej i odpowiedzialnej komunikacji marki zgodnej z wartościami i zasadami zrównoważonego rozwoju	Wskazuje elementy spójnej komunikacji marki (język, ton, styl, storytelling).	Test teoretyczny
	Tworzy wizję, misję i historię marki jako element wizerunku za pomocą cyfrowych narzędzi takich jak Chat GPT	Analiza dowodów i deklaracji
	Wykorzystuje cyfrowe narzędzia AI (Chat GPT) do planowania postów i media planów na Facebook, TikTok, Instagrama.	Analiza dowodów i deklaracji
	Podaje sposoby zwiększenia organicznego zasięgu i zaangażowania odbiorców w social mediach za pomocą cyfrowych narzędzi oraz znając funkcjonujące algorytmy	Analiza dowodów i deklaracji
	Weryfikuje, czy działania marketingowe marki odzwierciedlają jej deklarowane wartości społeczne i ekologiczne.	Test teoretyczny
	Rozróżnia treści odpowiedzialne społecznie od treści wprowadzających w błąd.	Test teoretyczny
Charakteryzuje podstawowe wskaźniki analityczne wykorzystywane w mediach społecznościowych.	Odczytuje podstawowe wskaźniki kampanii reklamowej na Facebooku, Instagramie lub TikToku.	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Charakteryzuje strukturę i funkcjonalność cyfrowego systemu zarządzania reklamami Meta Business Manager.	Identyfikuje elementy struktury cyfrowego konta reklamowego Meta (kampania, grupa reklam, reklama) oraz określa ich funkcje w procesie zarządzania kampaniami.	Analiza dowodów i deklaracji
	Rozróżnia typy kont w ekosystemie cyfrowym Meta oraz wyjaśnia role i poziomy uprawnień użytkowników w Meta Business Manager.	Analiza dowodów i deklaracji
Charakteryzuje rodzaje grup odbiorców wykorzystywanych w kampaniach reklamowych Meta.	Rozróżnia rodzaje grup odbiorców: niestandardowe, podobne i zapisane.	Test teoretyczny
	Wskazuje, które grupy odbiorców są najbardziej efektywne w zależności od celu kampanii.	Test teoretyczny
Charakteryzuje typy kampanii i cele reklamowe w Meta Ads.	Rozróżnia cele reklamowe: świadomość, rozważanie, konwersja.	Test teoretyczny
	Dobiera cyfrowe cele kampanii reklamowych Meta Ads w zależności od założeń biznesowych, grupy odbiorców i rodzaju prowadzonych działań marketingowych	Analiza dowodów i deklaracji
Charakteryzuje formaty reklam oraz zasady ich doboru do celu kampanii	Podaje przykłady formatów reklamowych: kolekcja, formularz kontaktowy, posty na stronie, rolki.	Test teoretyczny
	Wskazuje, które formaty najlepiej sprawdzają się w zależności od celu kampanii i grupy docelowej.	Test teoretyczny
Stosuje zasady ograniczania śladu cyfrowego w działaniach marketingu internetowego w mediach społecznościowych	Wskazuje co najmniej 3 sposoby ograniczania zasobów cyfrowych w działaniach marketingowych (ponowne wykorzystanie treści, planowanie publikacji, optymalizacja plików graficznych i wideo, ograniczenie liczby nieefektywnych publikacji lub kampanii)	Analiza dowodów i deklaracji
	Rozpoznaje działania generujące nadmierne zużycie zasobów cyfrowych i wskazuje sposoby ich ograniczenia	Analiza dowodów i deklaracji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Stosuje narzędzia cyfrowe i sztuczną inteligencję w sposób ograniczający zużycie zasobów cyfrowych oraz wpływ działań marketingowych na środowisko	Wskazuje zastosowania narzędzi AI i automatyzacji (Meta Advantage+, automatyczne kampanie, planowanie publikacji), które pozwalają ograniczyć nadmierne zużycie zasobów cyfrowych (redukcja liczby testów kampanii, ograniczenie nieefektywnych emisji reklam)	Analiza dowodów i deklaracji
Tworzy kampanię reklamową w cyfrowym środowisku Meta Ads, konfigurując jej podstawowe elementy zgodnie z założonym celem marketingowym, grupą odbiorców oraz formatem reklamy	Tworzy strukturę kampanii w systemie Meta Ads (kampania, zestaw reklam, reklama)	Analiza dowodów i deklaracji
	Konfiguruje podstawowe parametry kampanii (cel, budżet, harmonogram, grupa odbiorców)	Analiza dowodów i deklaracji
	Przygotowuje kampanię zgodnie z określonym scenariuszem biznesowym	Analiza dowodów i deklaracji

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

Liczba godzin praktycznych: 23h 30min

Liczba godzin teoretycznych: 8h

Walidacja: 30min

Metody pracy: wykłady, dyskusje z uczestnikami i case study uczestników, ćwiczenia indywidualne.

Aby realizacja usługi pozwoliła osiągnąć cel główny, warunkiem jest zaangażowanie uczestnika w różnorodne formy pracy podczas szkolenia. Szkolenie przeznaczone jest zarówno dla osób początkujących, jak i osób bardziej zaawansowanych.

Usługa szkoleniowa jest zgodna z Regionalną Strategią Innowacji Województwa Śląskiego 2030 – „Inteligentne Śląskie”, w szczególności w zakresie rozwoju kompetencji cyfrowych, wdrażania nowoczesnych technologii (w tym sztucznej inteligencji), wspierania transformacji cyfrowej przedsiębiorstw oraz rozwoju zielonych kompetencji.

I DZIEŃ

I Blok – Eksperckie Sztuczki Instagrama i Threads - teoria + praktyka

- Przedstawienie Instagrama: Funkcje, różnice, cele
- Jak platforma ewoluowała od początków do dzisiaj
- Najważniejsze kamienie milowe: Stories, Reels, zakupy w aplikacji
- Jak zmieniały się trendy użytkowników na przestrzeni lat
- Analiza profili
- Jak stworzyć rozpoznawalny brand
- Omówienie najważniejszych sekcji
- Jak interpretować proste statystyki
- Threads: nowości na Instagramie
-  Budowanie marki odpowiedzialnej społecznie na Instagramie
-  Zrównoważony rozwój jako element tożsamości marki w komunikacji wizualnej
-  Spójność deklarowanych wartości marki z realną komunikacją

II Blok – Zwiększanie wizerunku na Instagramie - praktyka

- Hashtagi – jak działają w 2026 roku
- Jak zwiększać organicznie zasięgi
- Interakcje z followersami
- Pomysły na media plan
- Triki na Instagramie: relacje, posty, rolki
- Cele reklamowe na Instagramie
- Co nowego po aktualizacjach
- Co czeka nas w najbliższym czasie
-  Tworzenie treści promujących świadome i odpowiedzialne postawy konsumenckie
-  Angażowanie społeczności wokół wartości społecznych i środowiskowych
-  Budowanie relacji z odbiorcami w oparciu o transparentność i autentyczność

III Blok – Instagram rolki – tworzymy efektowne nagrania w aplikacji - praktyka

- Trendy muzyczne
- Pomysły na ciekawą rolkę
- Najważniejsze ustawienia telefonów
- Opis na rolkach
- Identyfikacja graficzna
- Aplikacje: Mojo oraz CapCut
-  Tworzenie rolek edukacyjnych dotyczących działań społecznych lub ekologicznych marki
-  Odpowiedzialne wykorzystywanie trendów w komunikacji marki

IV Blok – Influencer Marketing na Instagramie - teoria, rozmowa na żywo

- Dlaczego współpraca z influencerami jest skuteczna
- Dobór odpowiednich influencerów
- Rodzaje współprac
-  Współpraca z influencerami zgodnymi z wartościami marki
-  Weryfikacja autentyczności i wiarygodności twórców

DZIEŃ II

I Blok - Dlaczego TikTok? Profil prywatny, firmowy + system reklamowy – teoria

- Dlaczego TikTok
- Statystyki i grupa docelowa
- Optymalne nagrywanie
- Co nagrywać? Pomysł na content
- Język TikToka

- Algorytmy TikToka
- Tworzenie profilu prywatnego i firmowego
- Profil prywatny vs biznesowy
- SEO i słowa kluczowe
- TikTok Tips
- Dont make ads. Make TikToks
- 🌱 TikTok jako narzędzie edukacji i budowania świadomości społecznej
- 🌱 Tworzenie treści odpowiedzialnych społecznie
- 🌱 Wpływ krótkich form wideo na decyzje zakupowe i postawy odbiorców

II Blok - TikTok rolki - praktyka

- Trendy muzyczne
- Popularne dźwięki
- Ustawienia: przejścia, tekst, nakładki
- Timing tekstu
- Łączenie efektów
- Efekty dopasowane do trendów
- 🌱 Tworzenie treści wspierających inicjatywy społeczne lub ekologiczne
- 🌱 Odpowiedzialne korzystanie z trendów i efektów

III Blok - CapCut – aplikacja do tworzenia rolek - praktyka

- Podstawowe i zaawansowane funkcje
- Praca ze zdjęciami
- Dynamizm w rolkach
- Nagrywanie pod bit
- Wyodrębnianie/dodawanie dźwięku
- Przykład zmontowanego materiału
- 🌱 Tworzenie materiałów cyfrowych w sposób przemyślany i spójny z komunikacją marki
- 🌱 Ograniczanie nadprodukcji treści poprzez planowanie i ponowne wykorzystanie materiałów

IV Blok - Wykorzystanie AI do tworzenia contentu na TikToku - praktyka

- TikTok Creative Center
- TikTok Symphony Assistant
- Tworzenie złożonych scenariuszy
- Układanie promptów
- 🌱 Etyczne wykorzystanie sztucznej inteligencji w tworzeniu treści
- 🌱 Odpowiedzialność za przekaz generowany przez AI
- 🌱 Weryfikacja treści pod kątem rzetelności i zgodności z wartościami marki

DZIEŃ III

I Blok - Charakterystyka nowoczesnych narzędzi cyfrowych w budowaniu marketingu mix - teoria

- Cele krótkoterminowe w budowania strategii e-marketingowej
- Cele długoterminowe w budowie strategii e-marketingowej
- 🌱 Wpływ marketingu cyfrowego na zachowania konsumenckie i odpowiedzialne decyzje zakupowe
- 🌱 Zrównoważony rozwój jako element długofalowej strategii marketingowej marki
- 🌱 Jak działania marketingowe mogą wspierać odpowiedzialną konsumpcję

Blok II: Strategia skutecznej komunikacji i budowanie wizerunku - teoria + praktyka

- Dlaczego marka potrzebuje spójnej komunikacji w social mediach
- Definiowanie grupy docelowej – do kogo naprawdę mówimy
- Język, ton i styl – jak budować rozpoznawalny charakter marki
- Storytelling i autentyczność jako klucz do zaangażowania
- Wizja i misja firmy – jak ją definiować
- Historia marki – jak ją wykorzystać
- 🌱 Zrównoważony rozwój jako strategia komunikacji marki
- 🌱 Włączanie wartości społecznych i środowiskowych do komunikacji
- 🌱 Jak komunikować działania firmy w sposób rzetelny i transparentny (bez wprowadzania odbiorców w błąd)

Case study:

- Analiza konta na Facebooku – mocne i słabe strony
- 🌱 Ocena spójności komunikacji marki z jej deklarowanymi wartościami

III Blok - Content marketing i Media Plan przy wsparciu sztucznej inteligencji AI – teoria + praktyka

- Planowanie postów na Facebooku z wykorzystaniem narzędzi Facebooka
- Jak pisać by nas czytali i angażować odbiorców – język korzyści
- Tworzenie media planu z wykorzystaniem sztucznej inteligencji AI
- 🌱 Etyczne i odpowiedzialne wykorzystanie AI w marketingu
- Jakie posty FB i IG wyświetla, a jakich nie
- Sposoby na zwiększenie organicznego zasięgu
- Konkursy – jak je legalnie tworzyć
- Wydarzenia – do czego je można wykorzystać
- Sytuacja kryzysowa – jak sobie z nią poradzić
- 🌱 Tworzenie treści edukacyjnych wspierających świadome i odpowiedzialne postawy konsumenckie

IV Blok - Identyfikacja marki na bazie programu Canva - teoria

- Podstawy Canvy
- Najlepsze formaty grafik na FB, Instagrama, LinkedIn i stronę www
- Najlepsze formaty na reklamę
- Tworzenie szablonów graficznych na potrzeby SM – ćwiczenie
- 🌱 Spójność wizualna komunikacji wartości społecznych i środowiskowych marki
- 🌱 Projektowanie czytelnych i dostępnych materiałów cyfrowych

DZIEŃ IV

I Blok - Narzędzia marketingu internetowego w budowaniu marketingu mix – konfiguracja Business Menedżera - teoria + praktyka

- Konfiguracja Business Menedżera
- 🌱 Bezpieczeństwo danych i odpowiedzialne zarządzanie informacjami użytkowników
- 🌱 Transparentność działań reklamowych

II Blok - Business Menedżer – grupy odbiorców (Audience Insights) - teoria + praktyka

- Analiza i tworzenie grup docelowych
- Grupowanie zainteresowań
- Jakie grupy dają najlepsze efekty
- Najczęstsze błędy w tworzeniu grup
- 🌱 Odpowiedzialne targetowanie reklam
- 🌱 Unikanie dyskryminujących lub wprowadzających w błąd komunikatów
- Jak docierać do nieaktywnych odbiorców i ich ożywić

III Blok - Menedżer reklam - Konto reklamowe czyli jak pozyskiwać klientów na FB - teoria + praktyka

- Konfiguracja konta
- Jak nie zablokować konta reklamowego – treści zakazane
- Dlaczego nie przez „Promuj post”
- Budowa lejka sprzedażowego i planowanie budżetu
- 🌱 Racjonalne i efektywne zarządzanie budżetem reklamowym (ograniczanie marnowania zasobów)
- Jak zamienić zimny ruch na ciepły
- Analiza dotychczasowych wyników reklam
- Jakie koszty reklam osiągać – podstawy strategii marketingowych
- Najważniejsze cele reklam dedykowanych na Facebooka i Instagram

IV Blok - Tworzenie reklam - Teksty i formaty reklamowe – praktyka

I część - Konfiguracja niestandardowych formatów reklam

- Kolekcja
- Formularz kontaktowy
- Post na dzień dobry
- Posty reklamowe na stronie
- 🌱 Tworzenie jasnych i transparentnych komunikatów reklamowych

II część – Meta Advance - techniki zaawansowane - praktyka

- Remarketing
- Piksel Facebooka
- Zdarzenia niestandardowe
- Analiza wyników kampanii
- Jak czytać raporty reklamowe
- Jak podglądać reklamy konkurencji
- Tworzenie własnych wskaźników
- Optymalizacja reklam
-  Optymalizacja budżetu w sposób odpowiedzialny i efektywny
- Wykluczenia w kampaniach
- Zmiany algorytmów w systemie Meta w 2026
-  Świadome korzystanie z automatyzacji i AI („Advantage+”)

Walidacja efektów uczenia się (Test walidacyjny oraz analiza dowodów i deklaracji) zostanie przeprowadzona z harmonogramem.

Szkolenie kończy się walidacją przeprowadzoną przez osobę wyznaczoną do tego celu. Wynik testu sprawdzany jest instytucję walidującą. Osoba prowadząca szkolenie nie ocenia wiedzy ani umiejętności uczestników w zakresie swoich zajęć. Certyfikat zostanie wydany przez jednostkę uprawnioną do certyfikacji, potwierdzając zdobycie wymaganych kwalifikacji. W czasie walidacji praktycznie zostanie zweryfikowana wiedza, umiejętności, kompetencje społeczne i kompetencje cyfrowe przy zastosowaniu odpowiednich narzędzi i metod walidacyjnych zgodnych z metodami walidacji określonymi w efektach uczenia.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 33

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 33 I Blok – Eksperckie Sztuczki Instagrama i Threads - teoria + praktyka - współdzieleni e ekranu	Zajęcia	Magdalena Szmidt	17-10-2026	08:00	10:00	02:00
2 z 33 -	Przerwa	-	17-10-2026	10:00	10:15	00:15
3 z 33 II Blok – Zwiększanie wizerunku na Instagramie - praktyka - rozmowa na żywo	Zajęcia	Magdalena Szmidt	17-10-2026	10:15	12:00	01:45
4 z 33 -	Przerwa	-	17-10-2026	12:00	12:30	00:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
5 z 33 III Blok – Instagram rolki – tworzymy efektowne nagrania w aplikacji - praktyka- współdzielenie ekranu	Zajęcia	Magdalena Szmidt	17-10-2026	12:30	14:00	01:30
6 z 33 IV Blok – Influencer Marketing na Instagramie - teoria, rozmowa na żywo	Zajęcia	Magdalena Szmidt	17-10-2026	14:00	15:00	01:00
7 z 33 -	Przerwa	-	17-10-2026	15:00	15:15	00:15
8 z 33 Zajęcia warsztatowe	Zajęcia	Magdalena Szmidt	17-10-2026	15:15	16:00	00:45
9 z 33 I Blok - Dlaczego TikTok? Profil prywatny, firmowy + system reklamowy – teoria- współdzielenie ekranu	Zajęcia	Magdalena Szmidt	18-10-2026	08:00	10:00	02:00
10 z 33 -	Przerwa	-	18-10-2026	10:00	10:15	00:15
11 z 33 II Blok - TikTok rolki - praktyka - rozmowa na żywo	Zajęcia	Magdalena Szmidt	18-10-2026	10:15	12:00	01:45
12 z 33 -	Przerwa	-	18-10-2026	12:00	12:30	00:30
13 z 33 III Blok - CapCut – aplikacja do tworzenia rolek - praktyka- ćwiczenia	Zajęcia	Magdalena Szmidt	18-10-2026	12:30	14:00	01:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
14 z 33 IV Blok - Wykorzystanie AI do tworzenia contentu na TikToku - praktyka-ćwiczenia	Zajęcia	Magdalena Szmidt	18-10-2026	14:00	15:00	01:00
15 z 33 -	Przerwa	-	18-10-2026	15:00	15:15	00:15
16 z 33 Zajęcia warsztatowe	Zajęcia	Magdalena Szmidt	18-10-2026	15:15	16:00	00:45
17 z 33 I Blok - Charakterystyka nowoczesnych narzędzi cyfrowych w budowaniu marketingu mix - teoria-rozmowa na żywo	Zajęcia	MAGDALENA GŁOMSKA	26-10-2026	08:00	10:00	02:00
18 z 33 -	Przerwa	-	26-10-2026	10:00	10:15	00:15
19 z 33 Blok II: Strategia skutecznej komunikacji i budowanie wizerunku - teoria + praktyka-rozmowa na żywo	Zajęcia	MAGDALENA GŁOMSKA	26-10-2026	10:15	12:00	01:45
20 z 33 -	Przerwa	-	26-10-2026	12:00	12:30	00:30
21 z 33 III Blok - Content marketing i Media Plan przy wsparciu sztucznej inteligencji AI – teoria + praktyka-rozmowa na żywo	Zajęcia	MAGDALENA GŁOMSKA	26-10-2026	12:30	14:00	01:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
22 z 33 IV Blok - Identyfikacja marki na bazie programu Canva - teoria- rozmowa na żywo	Zajęcia	MAGDALENA GŁOMSKA	26-10-2026	14:00	15:00	01:00
23 z 33 -	Przerwa	-	26-10-2026	15:00	15:15	00:15
24 z 33 Zajęcia warsztatowe	Zajęcia	MAGDALENA GŁOMSKA	26-10-2026	15:15	16:00	00:45
25 z 33 I Blok - Narzędzia marketingu internetowego w budowaniu marketingu mix – konfiguracja Business Menedżera - teoria + praktyka- rozmowa na żywo- ćwiczenia	Zajęcia	MAGDALENA GŁOMSKA	27-10-2026	08:00	10:00	02:00
26 z 33 -	Przerwa	-	27-10-2026	10:00	10:15	00:15
27 z 33 II Blok - Business Menedżer – grupy odbiorców (Audience Insights) - teoria + praktyka- ćwiczenia	Zajęcia	MAGDALENA GŁOMSKA	27-10-2026	10:15	12:00	01:45
28 z 33 -	Przerwa	-	27-10-2026	12:00	12:30	00:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
29 z 33 III Blok - Menedżer reklam - Konto reklamowe czyli jak pozyskiwać klientów na FB - teoria + praktyka - ćwiczenia	Zajęcia	MAGDALENA GŁOMSKA	27-10-2026	12:30	14:00	01:30
30 z 33 Blok IV - Tworzenie reklam - Teksty i formaty reklamowe - praktyka - ćwiczenia	Zajęcia	MAGDALENA GŁOMSKA	27-10-2026	14:00	15:00	01:00
31 z 33 -	Przerwa	-	27-10-2026	15:00	15:15	00:15
32 z 33 Podsumowanie	Zajęcia	MAGDALENA GŁOMSKA	27-10-2026	15:15	15:30	00:15
33 z 33 -	Walidacja	-	27-10-2026	15:30	16:00	00:30

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	32:00
w tym suma godzin zajęć	27:30
w tym suma godzin walidacji	00:30
w tym suma przerw	04:00
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	37:15

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
-------------	------

Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 300,00 PLN
--	--------------

Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT

Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 300,00 PLN
---	--------------

Koszt osobogodziny brutto	165,63 PLN
----------------------------------	------------

Koszt osobogodziny netto	165,63 PLN
---------------------------------	------------

W tym koszt walidacji brutto	80,00 PLN
-------------------------------------	-----------

W tym koszt walidacji netto	80,00 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	32:00
---------------------------------	-------

Prowadzący

Liczba prowadzących: 2



1 z 2

MAGDALENA GŁOMSKA

Magdalena Głomska posiada wykształcenie wyższe magisterskie. Jest absolwentką Politechniki Gdańskiej. Ukończyła wydział Zarządzania i Marketingu. Korzenie jej doświadczenia wywodzą się z dziedziny sprzedaży, z którą związana jest zawodowo od ponad 17 lat. Marketingiem internetowym zajmuje się od 2010 roku. Przez 15 lat obejmowała stanowiska menadżerskie, a także pracowała jako Dyrektor Marketingu zarządzając działem marketingu i sprzedaży. Wdrażała strategie marketingowe w firmie będącej dystrybutorem międzynarodowych marek.

Od 5 lat jest właścicielem firmy i dyrektorem zarządzającym Agencji Marketingowej oraz Centrum Szkoleniowego „Digital Brand”, którą założyła bazując na własnym, praktycznym doświadczeniu marketingowo-sprzedażowym. Współpracuje z klientami różnych branż z całej Polski wspierając ich w potrzebnych dla nich obszarach sprzedażowo-marketingowych. Píše strategie marketingowe oraz wdraża wraz z zespołem jej narzędzia pomagając w przejściu transformacji cyfrowej. Swoją wiedzę przekazuje jako Trener na szkoleniach o tematyce: Marketing dla branż, Social Media (Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn), Content marketing, Strategie marketingowe oraz

sprzedażowe, Zarządzanie przedsiębiorstwem, Wprowadzanie produktów na rynek. Zrealizowała ponad 1500 godzin szkoleniowych w ciągu ostatnich 5 lat i przeszkoliła ponad 800 osób.



2 z 2

Magdalena Szmidt

Ekspertka online marketingu, specjalizująca się w obszarze automatyzacji marketingu i social media z ponad 13-letnim doświadczeniem w branży. Jej doskonałą znajomość rynku online oraz narzędzi nowoczesnego marketera potwierdza certyfikat DIMAQ wydany przez IAB Polska.

W obszarze jej zainteresowań jest digital marketing, a w szczególności marketing automatyczny, e-mail marketing oraz social media.

Od 2019 pracuje w największej grupie medialnej w Polsce (Warner Bros. Discovery TVN). Jako Specjalista ds. Marketing Automation projektuje efektywne ścieżki anti-churnowe, wykorzystując narzędzia marketing automation, opierając się na analizie danych i testach A/B.

Równoległe z pracą na etacie od 2017 roku prowadzi własną działalność gospodarczą. Jej celem jest wsparcie przedsiębiorstw w budowaniu wizerunku online oraz sprawnej i systematycznej komunikacji z klientem. Od 5 lat realizuje także szkolenia z zakresu marketing automation i fotografia smartfonowa. Na szkoleniach dzieli się praktyczną wiedzę zdobywaną na codzień w pracy zawodowej i świadczonych usługach. W ciągu 5 lat przeszkoliła ponad 50 osób i zrealizowała ponad 160 godzin szkoleń.

Praktyczne doświadczenie przekłada na prelekcje na konferencjach, np. Social Media Best Practices 2023 zorganizowanej przez Puls Biznesu oraz na blogu: <https://magdalenaszmidt.com/blog>.

Posiada wykształcenie wyższe. Absolwentka Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego specjalizacja: marketing polityczny.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymują:

- skrypt z materiałami do samodzielnego utrwalenia materiału
- prezentację ze szkolenia
- certyfikat szkolenia.

Szkolenie kończy się egzaminem zewnętrznym.

Uczestnik szkolenia otrzymuje kwalifikacje:

- Certyfikat SPECJALISTA DO SPRAW MARKETINGU W SOCIAL MEDIACH Z ELEMENTAMI GRAFIKI KOMPUTEROWEJ I AI - ICVC/MGI 20002.27

Uczestnik szkolenia zdobędzie praktyczną wiedzę, jak łączyć działania marketingowe w social mediach z realnymi zasadami ekologii i zrównoważonego rozwoju. Nauczy się nie tylko komunikować wartości, ale przede wszystkim wdrażać je w codzienne funkcjonowanie firmy. Będzie potrafił ograniczyć nadprodukcję treści poprzez planowanie contentu i ponowne wykorzystanie materiałów (np. przekształcanie jednego nagrania w wiele formatów), co zmniejsza zużycie zasobów i energii. Pozna sposoby redukcji śladu cyfrowego, m.in. poprzez optymalizację plików, świadome korzystanie z chmury czy ograniczanie zbędnych kampanii reklamowych

Warunki uczestnictwa

Wymogi unijne związane z realizacją szkolenia z dofinansowaniem:

- Logowanie się pełnym imieniem i nazwiskiem
- Włączona kamera oraz dostęp do mikrofonu

Niespełnienie powyższych może skutkować brakiem dofinansowania

- Warunkiem uzyskania zaświadczenia jest uczestnictwo w co najmniej 80% - 100% (w zależności od programu dofinansowania i podpisanej umowy z Operatorem) zajęć usługi rozwojowej
- W ramach realizacji usług szkoleniowych, Organizator utrzuca wizerunek Uczestników w formie nagrań wideo, fotografii lub innych materiałów audiowizualnych wyłącznie w celach archiwizacyjnych, kontrolnych oraz dokumentacyjnych związanych z projektem dofinansowanym.
- Uczestnik zapisując się na szkolenie wyraża zgodę na utrwalenie i wykorzystanie jego wizerunku w wyżej wymienionych celach.
- Organizator nie udostępnia nagrań Uczestnikom po szkoleniu.

Regulamin świadczenia usług szkoleniowych znajduje się na stronie:

<https://digitalbrand.com.pl/>

Informacje dodatkowe

Jak przygotować się do szkolenia aby było jeszcze bardziej efektywne?

- Sprawdź czy masz dostęp do swojego konta prywatnego na Facebooku
- Sprawdź czy masz dostęp do swojej strony firmowej na Facebooku, Instagramie i TikToku – jeśli nie – postaraj się uzyskać
- Sprawdź czy masz dostęp do swojej strony internetowej/sklepu internetowego
- Załóż bezpłatny program graficzny Canva. Nie trzeba go instalować, wystarczy logować się w przeglądarce internetowej. Można także skorzystać testowej, bezpłatnej wersji Canva PRO (okres testowy wynosi 30 dni)
- Przygotuj 3-4 zdjęcia firmowe (mogą być także prywatne) oraz 1-2 krótkie filmy do 10 sekund

Wynik oraz certyfikat przeprowadzonej walidacji zostanie wydany do 14 dni roboczych.

Zwolnienie z podatku VAT na podstawie: • art. 43 ust. 1 pkt 29 lit. c ustawy z dnia 11 marca 2004 r. o podatku od towarów i usług, .: • § 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 stosowa

Warunki techniczne

Rekomendowane warunki techniczne:

- Procesor dwurdzeniowy 2GHz lub lepszy (zalecany czterordzeniowy);
- 2GB pamięci RAM (zalecane 4GB lub więcej);
- System operacyjny taki jak Windows 8 (zalecany Windows 11), Mac OS wersja 10.13 (zalecana najnowsza wersja), Linux, Chrome OS.
- Szkolenie realizowane jest na platformie ClickMeeting. 3 dni przed szkoleniem Uczestnicy otrzymają link do szkolenia.
- Link jest aktywny od rozpoczęcia szkolenia do daty jego zakończenia
- Ponieważ ClickMeeting jest platformą opartą na przeglądarce, wymagane jest korzystanie z Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, Edge (Chromium), Yandex lub Opera. Należy korzystać z najaktualniejszej oficjalnej wersji wybranej przeglądarki.
- Aby mieć pewność, że możemy wziąć udział w wydarzeniu bez jakichkolwiek problemów, warto przed szkoleniem sprawdzić działanie platformy, dźwięku i kamery za pomocą udostępnionego podczas logowania **Testu konfiguracji systemu** i postępować zgodnie z instrukcją
- **Działająca kamera i mikrofon** w celu POTWIERDZENIA I UDOKUMENTOWANIA SWOJEJ OBECNOŚCI PODCZAS SZKOLENIA (warunek obligatoryjny dla szkoleń z dofinansowaniem)
- Urządzenie pozwalające na swobodny udział w szkoleniu (laptop/tablet/telefon – preferowany laptop/komputer)
- Stabilne połączenie z Internetem
- Rekomendujemy, aby podczas szkolenia móc korzystać z dwóch monitorów – na jednym, żeby była wyświetlana szkolenie i prezentowane funkcjonalności, na drugim będą Państwo mogli pracować niemalże jednocześnie wraz z Trenerem. Drugim monitorem może być drugi komputer, telewizor lub tablet.

Instrukcja “Jak korzystać z programu Clickmeeting” znajduje się na stronie:

- w formie filmu instruktażowego:
- <https://www.youtube.com/watch?v=BCq6KzIVhdo>
- w formie Instrukcji pdf na stronie

- <https://digitalbrand.com.pl/>

Zwolnienie z podatku VAT na podstawie art. 43 ust. 1 pkt 29 lit. c ustawy o podatku od towarów i usług z związku z §3 ust. 1 pkt. 14 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20.12.2013r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz szczegółowych warunków stosowania tych zwolnień (Dz. U. z 2020 r. poz. 1983 z późn. zm.).

Kontakt



MAGDALENA GŁOMSKA

E-mail biuro@digitalbrand.com.pl

Telefon (+48) 505 139 506