



Daniel
Nierychlewski

Brak ocen dla tego dostawcy

Marketing i social media z wykorzystaniem AI - strategia marki, tworzenie treści, Canva, CapCut, Meta Ads i bezpieczeństwo cyfrowe

Numer usługi 2026/09/02/237364/3784584

- Toruń
- Usługa szkoleniowa
- stacjonarna
- Zajęcia grupowe
- 48:00 h
- 24.11.2026 do 29.11.2026

9 600,00 PLN brutto
9 600,00 PLN netto
200,00 PLN brutto/h
200,00 PLN netto/h
250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Identyfikatory projektów	Kierunek - Rozwój
Grupa docelowa usługi	Szkolenie skierowane jest do: • przedsiębiorców oraz właścicieli mikro, małych i średnich przedsiębiorstw, • pracowników odpowiedzialnych za marketing, promocję, sprzedaż i komunikację, • osób prowadzących lub planujących prowadzenie komunikacji marki w mediach społecznościowych, • osób odpowiedzialnych za zarządzanie profilami firmowymi w social media, • osób rozwijających markę osobistą, • osób zaangażowanych w promocję produktów, usług i projektów, • osób chcących zdobyć lub rozwinąć kompetencje z zakresu marketingu internetowego, tworzenia treści, wykorzystania AI, reklamy internetowej, analityki i bezpieczeństwa cyfrowego. Jest to usługa adresowana również do uczestników projektu "Kierunek - Rozwój".
Minimalna liczba uczestników	2
Maksymalna liczba uczestników	5
Data zakończenia rekrutacji	20-11-2026
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje uczestnika do samodzielnego planowania, prowadzenia i optymalizowania działań marketingowych przedsiębiorstwa oraz komunikacji marki w Internecie i mediach społecznościowych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik samodzielnie analizuje markę i tworzy założenia strategii marketingowej	analizuje dotychczasową obecność marki w Internecie	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	wskazuje cele i wartości marki	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Uczestnik charakteryzuje grupę docelową i tworzy personę klienta	identyfikuje segmenty odbiorców; określa potrzeby i problemy klientów	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	tworzy profil osoby	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Uczestnik dobiera kanały i formaty komunikacji do grupy docelowej i celu biznesowego	dobiera kanał komunikacji do wskazanej grupy odbiorców	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	rozdziela zastosowanie Facebooka, Instagrama, TikToka i LinkedIna	Obserwacja w warunkach rzeczywistych

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 wyrażnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

Program

Szkolenie składa się z 6 dni zawierających 8 godzin zegarowych szkolenia oraz 60 min. przerwę. Harmonogram zawiera szczegółowy opis prowadzonych etapów szkolenia rozpisanych w godzinach zegarowych.

Grupa - max. 5 osoby.

Liczba stanowisk - 5, w których skład wchodzi takie elementy jak:

- materiały szkoleniowe,
- biurko,
- krzesło.

DZIEŃ I – PODSTAWY MARKETINGU I STRATEGIA MARKI

8:00–10:00 – Wprowadzenie do marketingu internetowego

- definicja i rola marketingu internetowego,
- elementy digital marketingu,
- aktualne trendy w marketingu,
- kanały promocji przedsiębiorstwa w Internecie.

10:00–12:00 – Analiza marki, produktów i usług

- cele i wartości marki,
- wizerunek marki,
- mocne strony marki,
- wyróżniki firmy, produktów i usług,
- propozycja wartości,
- archetypy marki,
- pozycjonowanie marki.

12:00–13:00 – przerwa

13:00–15:00 – Strategia i kierunek komunikacji marki

- określenie przewagi konkurencyjnej,
- budowanie spójnego wizerunku marki,
- dobór kierunku komunikacji,
- dopasowanie komunikacji do charakteru marki i odbiorców.

15:00–16:00 – Warsztat praktyczny

- analiza własnej lub przykładowej marki,
- określenie wartości i wyróżników marki,
- przygotowanie kierunku dalszej komunikacji marketingowej.

DZIEŃ II – GRUPA DOCELOWA, PERSONY, PRODUKT I KONKURENCJA

8:00–10:00 – Analiza grupy docelowej

- identyfikacja grup odbiorców,
- segmentacja klientów,
- potrzeby i oczekiwania klientów,
- budowanie person,
- problemy klienta i sposób ich rozwiązania przez markę.

10:00–12:00 – Customer Journey i strategia produktu

- Customer Journey,
- dopasowanie produktów i usług do grupy docelowej,
- cykl życia produktu lub usługi,
- propozycja wartości,
- podstawy ustalania ceny,
- dobór kanałów dystrybucji,
- lejek sprzedaży i proces decyzyjny klienta.

12:00–13:00 – przerwa

13:00–15:00 – Analiza konkurencji

- dobór konkurentów,
- metody analizy konkurencji,
- badanie rynku,
- narzędzia do analizy działań konkurencji,
- analiza działań marketingowych konkurencji,
- analiza SWOT.

15:00–16:00 – Warsztat praktyczny

- przygotowanie profilu grupy docelowej,
- stworzenie przykładowej osoby,
- analiza wybranych konkurentów,
- określenie mocnych i słabych stron marki na tle rynku.

DZIEŃ III – STRATEGIA KOMUNIKACJI I SOCIAL MEDIA

8:00–10:00 – Strategia komunikacji marki

- określenie celów komunikacyjnych i sprzedażowych,
- określanie celów metodą SMART,
- dobór kanałów komunikacji,
- dopasowanie języka marki do odbiorców,
- spójność komunikacji.

10:00–12:00 – Social media

- rola mediów społecznościowych w komunikacji i sprzedaży,
- Facebook,
- Instagram,
- TikTok,
- LinkedIn,
- różnice w sposobie komunikacji,
- dobór kanału do grupy docelowej i celu marketingowego.

12:00–13:00 – przerwa

13:00–15:00 – Strategia treści, copywriting i storytelling

- filary komunikacji,
- treści edukacyjne, inspiracyjne, relacyjne i sprzedażowe,
- tworzenie pomysłów na publikacje,
- planowanie częstotliwości publikacji,
- kalendarz treści i harmonogram publikacji,
- konstrukcja skutecznego posta,
- hook,
- język korzyści,
- emocje w komunikacji,
- storytelling,
- CTA.

15:00–16:00 – Warsztat praktyczny

- opracowanie planu komunikacji marki,
- przygotowanie kalendarza treści,

- stworzenie przykładowych treści do mediów społecznościowych.

DZIEŃ IV – GRAFIKI, ROLKI, CANVA, CAPCUT I AI

8:00–10:00 – Grafiki i materiały wizualne w Canva

- podstawy kompozycji,
- hierarchia informacji,
- dobór kolorystyki, czcionek i zdjęć,
- spójność wizualna marki,
- tworzenie grafik sprzedażowych i informacyjnych,
- przygotowywanie materiałów w Canva,
- eksportowanie projektów do social media.

10:00–12:00 – Rolki i krótkie formy wideo

- znaczenie krótkich materiałów wideo,
- konstrukcja skutecznej rolki,
- hook,
- scenariusz,
- ujęcia i tempo,
- tekst na ekranie,
- storytelling,
- CTA.

12:00–13:00 – przerwa

13:00–15:00 – CapCut i AI w marketingu

- import materiałów do CapCut,
- podstawowa edycja i montaż,
- cięcie materiałów,
- dodawanie napisów, tekstów i dźwięku,
- przygotowanie filmu do publikacji,
- możliwości wykorzystania AI w marketingu,
- generowanie pomysłów na treści,
- research,
- przygotowanie postów i komunikatów,
- tworzenie scenariuszy rolek,
- tworzenie promptów,
- dostosowywanie treści do grupy docelowej,
- weryfikacja informacji,
- ograniczenia narzędzi AI,
- odpowiedzialne wykorzystywanie treści generowanych przez AI.

15:00–16:00 – Warsztat praktyczny

- przygotowanie grafiki w Canva,
- stworzenie koncepcji krótkiego materiału wideo,
- montaż materiału w CapCut,
- przygotowanie treści marketingowej przy wykorzystaniu AI.

DZIEŃ V – META ADS, KPI I ANALITYKA

8:00–10:00 – Podstawy Meta Ads

- podstawy systemu reklamowego Meta,
- cele kampanii,
- struktura kampanii reklamowej,
- zestaw reklam,
- tworzenie reklamy,
- określanie grup odbiorców.

10:00–12:00 – Planowanie i optymalizacja kampanii reklamowych

- podstawy ustalania budżetu,

- tworzenie komunikatu reklamowego,
- Meta Business Suite,
- dobór grup odbiorców,
- podstawy optymalizacji kampanii,
- dopasowanie reklamy do celu kampanii.

12:00–13:00 – przerwa

13:00–15:00 – KPI i analityka działań marketingowych

- KPI – kluczowe wskaźniki efektywności,
- zasięg,
- wyświetlenia,
- zaangażowanie,
- kliknięcia,
- konwersje,
- podstawy Google Analytics 4,
- interpretacja wyników,
- identyfikowanie najlepiej działających treści,
- analiza skuteczności kampanii i publikacji,
- tworzenie rekomendacji optymalizacyjnych.

15:00–16:00 – Warsztat praktyczny

- przygotowanie podstawowych założeń kampanii reklamowej,
- analiza przykładowych wyników działań marketingowych,
- przygotowanie rekomendacji optymalizacyjnych.

DZIEŃ VI – CYBERBEZPIECZEŃSTWO, PODSUMOWANIE I WALIDACJA

8:00–10:00 – Zagrożenia w środowisku cyfrowym

- podstawowe pojęcia związane z cyberbezpieczeństwem,
- phishing,
- vishing,
- smishing,
- malware,
- ransomware,
- rozpoznawanie technik ataków,
- ocena ryzyka.

10:00–12:00 – Ochrona kont, danych i dostępu

- tworzenie bezpiecznych haseł,
- weryfikacja dwuskładnikowa 2FA,
- weryfikacja wieloskładnikowa MFA,
- menedżery haseł,
- rozpoznawanie podejrzanych linków, wiadomości, załączników i stron internetowych,
- ochrona poczty elektronicznej,
- zabezpieczanie kont w social media.

12:00–13:00 – przerwa

13:00–15:00 – Bezpieczeństwo informacji i podsumowanie szkolenia

- ochrona danych i wizerunku,
- wykonywanie kopii zapasowych,
- podstawy weryfikacji informacji i fake newsów,
- uporządkowanie poznanych zagadnień,
- przygotowanie indywidualnego planu dalszych działań marketingowych,
- pytania i odpowiedzi.

15:00–16:00 – Walidacja efektów uczenia się

Walidacja zostanie przeprowadzona po zakończeniu części szkoleniowej przez osobę niezależną od osoby prowadzącej szkolenie.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 30 Wprowadzenie do marketingu internetowego	Zajęcia	NATALIA KORDALSKA	24-11-2026	08:00	10:00	02:00
2 z 30 Analiza marki, produktów i usług	Zajęcia	NATALIA KORDALSKA	24-11-2026	10:00	12:00	02:00
3 z 30 -	Przerwa	-	24-11-2026	12:00	13:00	01:00
4 z 30 Strategia i kierunek komunikacji marki	Zajęcia	NATALIA KORDALSKA	24-11-2026	13:00	15:00	02:00
5 z 30 Warsztat praktyczny	Zajęcia	NATALIA KORDALSKA	24-11-2026	15:00	16:00	01:00
6 z 30 Analiza grupy docelowej	Zajęcia	NATALIA KORDALSKA	25-11-2026	08:00	10:00	02:00
7 z 30 Customer Journey i strategia produktu	Zajęcia	NATALIA KORDALSKA	25-11-2026	10:00	12:00	02:00
8 z 30 -	Przerwa	-	25-11-2026	12:00	13:00	01:00
9 z 30 Analiza konkurencji	Zajęcia	NATALIA KORDALSKA	25-11-2026	13:00	15:00	02:00
10 z 30 Warsztat praktyczny	Zajęcia	NATALIA KORDALSKA	25-11-2026	15:00	16:00	01:00
11 z 30 Strategia komunikacji marki	Zajęcia	NATALIA KORDALSKA	26-11-2026	08:00	10:00	02:00

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
12 z 30 Social media	Zajęcia	NATALIA KORDALSKA	26-11-2026	10:00	12:00	02:00
13 z 30 -	Przerwa	-	26-11-2026	12:00	13:00	01:00
14 z 30 Strategia treści, copywriting i storytelling	Zajęcia	NATALIA KORDALSKA	26-11-2026	13:00	15:00	02:00
15 z 30 Warsztat praktyczny	Zajęcia	NATALIA KORDALSKA	26-11-2026	15:00	16:00	01:00
16 z 30 Grafiki i materiały wizualne w Canva	Zajęcia	NATALIA KORDALSKA	27-11-2026	08:00	10:00	02:00
17 z 30 Rolki i krótkie formy wideo	Zajęcia	NATALIA KORDALSKA	27-11-2026	10:00	12:00	02:00
18 z 30 -	Przerwa	-	27-11-2026	12:00	13:00	01:00
19 z 30 CapCut i AI w marketingu	Zajęcia	NATALIA KORDALSKA	27-11-2026	13:00	15:00	02:00
20 z 30 Warsztaty praktyczne	Zajęcia	NATALIA KORDALSKA	27-11-2026	15:00	16:00	01:00
21 z 30 Podstawy Meta Ads	Zajęcia	NATALIA KORDALSKA	28-11-2026	08:00	10:00	02:00
22 z 30 Planowanie i optymalizacja kampanii reklamowych	Zajęcia	NATALIA KORDALSKA	28-11-2026	10:00	12:00	02:00
23 z 30 -	Przerwa	-	28-11-2026	12:00	13:00	01:00
24 z 30 KPI i analityka działań marketingowych	Zajęcia	NATALIA KORDALSKA	28-11-2026	13:00	15:00	02:00

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
25 z 30 Warsztat praktyczny	Zajęcia	NATALIA KORDALSKA	28-11-2026	15:00	16:00	01:00
26 z 30 Zagrożenia w środowisku cyfrowym	Zajęcia	NATALIA KORDALSKA	29-11-2026	08:00	10:00	02:00
27 z 30 Ochrona kont, danych i dostępu	Zajęcia	NATALIA KORDALSKA	29-11-2026	10:00	12:00	02:00
28 z 30 -	Przerwa	-	29-11-2026	12:00	13:00	01:00
29 z 30 Bezpieczeństwo informacji i podsumowanie szkolenia	Zajęcia	NATALIA KORDALSKA	29-11-2026	13:00	15:00	02:00
30 z 30 -	Walidacja	-	29-11-2026	15:00	16:00	01:00

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	48:00
w tym suma godzin zajęć	41:00
w tym suma godzin walidacji	01:00
w tym suma przerw	06:00
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	56:00

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	9 600,00 PLN

Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	9 600,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	200,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	200,00 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	48:00

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

NATALIA KORDALSKA

Natalia Kordalska to specjalistka w zakresie marketingu internetowego, social media oraz tworzenia treści cyfrowych z 5 letnim doświadczeniem. Posiada praktyczne doświadczenie w budowaniu strategii marki, planowaniu komunikacji oraz przygotowywaniu treści do mediów społecznościowych.

W swojej pracy wykorzystuje narzędzia oparte na sztucznej inteligencji, a także Canva i CapCut. Posiada również wiedzę z zakresu Meta Ads, planowania kampanii reklamowych oraz bezpieczeństwa cyfrowego.

Podczas szkoleń koncentruje się na praktycznym wykorzystaniu narzędzi i rozwiązań, które uczestnicy mogą wdrożyć w codziennej pracy oraz działaniach marketingowych.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Skrypt szkoleniowy

Informacje dodatkowe

Zawarto umowę z WUP w Toruniu w ramach w ramach projektu "Kierunek - Rozwój".

Adres

ul. Żwirki i Wigury 75A
87-100 Toruń
woj. kujawsko-pomorskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



PATRYCJA MAŁEK

E-mail patryciamalek35@gmail.com

Telefon (+48) 690 207 599