



Kurs "Social Media Marketing"

Numer usługi 2024/04/10/50774/2120572

2 850,00 PLN brutto

2 850,00 PLN netto

118,75 PLN brutto/h

118,75 PLN netto/h

Centrum Edukacji i
Kultury "Zenit"
Ryszard Girczyc



📍 Włocławek / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 24 h

📅 09.06.2025 do 31.10.2025

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Sposób dofinansowania	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	osoby dorosłe chcące z własnej inicjatywy nabywać kompetencje lub kwalifikacje, które mieszkają w rozumieniu Ustawy – Kodeks cywilny lub pracują lub uczą się na obszarze województwa kujawsko-pomorskiego, w tym specjaliści marketingu zainteresowani rozwojem kompetencji w zakresie marketingu w mediach społecznościowych, osoby pragnące zwiększyć swoją wiedzę i umiejętności w obszarze Social Media Marketingu; usługa adresowana również dla Uczestników Projektu „Kierunek – Rozwój”
Minimalna liczba uczestników	5
Maksymalna liczba uczestników	15
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	24
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Znak Jakości TGLS Quality Alliance

Cel

Cel edukacyjny

usługa szkoleniowa pn.: "Social Media Marketing" przygotuje do skutecznego prowadzenia działań marketingowych w mediach społecznościowych

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Posługuje się wiedzą dotyczącą Social Media Marketingu</p>	<ul style="list-style-type: none"> - definiuje Social Media Marketing i jego znaczenie - charakteryzuje różne platformy społecznościowe i ich rolę w marketingu - omawia trendy i statystyki związane z wykorzystaniem mediów społecznościowych w marketingu - rozróżnia strategie, kanały i narzędzia w Social Media Marketingu - charakteryzuje zasady tworzenia treści w Social Mediach - omawia zasady zarządzania społecznością na platformach społecznościowych 	<p>Test teoretyczny</p>
<p>Obsługuje kanały i narzędzia w Social Media Marketingu</p>	<ul style="list-style-type: none"> - używa różnych platform społecznościowych (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, Pinterest itp.) - obsługuje narzędzia i funkcje dostępne na poszczególnych platformach - wybiera odpowiednie kanały i narzędzia dla konkretnych celów marketingowych 	<p>Test teoretyczny</p>
<p>Tworzy treści w Social Mediach</p>	<ul style="list-style-type: none"> - planuje i tworzy treści dostosowane do różnych platform społecznościowych - optymalizuje treści pod kątem zaangażowania użytkowników i osiągnięcia celów marketingowych - wykorzystuje multimedia (zdjęcia, wideo, infografiki) w treściach marketingowych 	<p>Test teoretyczny</p>
<p>Zarządza społecznością na platformach społecznościowych</p>	<ul style="list-style-type: none"> - buduje i utrzymuje kontakty z użytkownikami platform społecznościowych - monitoruje i reaguje na interakcje użytkowników (komentarze, wiadomości, opinie) - przeciwdziała negatywnym opiniom i kryzysom reputacyjnym 	<p>Test teoretyczny</p>
<p>Używa płatnych reklam w mediach społecznościowych</p>	<ul style="list-style-type: none"> - wykorzystuje płatne reklamy na platformach społecznościowych (np.: Facebook Ads, Instagram Ads, LinkedIn Ads itp.) - planuje i wdraża kampanie reklamowe w oparciu o budżet i cele marketingowe - optymalizuje wydatki na reklamę i monitoruje wyniki 	<p>Test teoretyczny</p>

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Mierzy i analizuje wyniki działań marketingowych w mediach społecznościowych	<ul style="list-style-type: none"> - ocenia skuteczność działań marketingowych w mediach społecznościowych - analizuje dane dotyczące zaangażowania użytkowników, zasięgu publikacji, konwersji itp. oraz podejmuje decyzje biznesowe na podstawie ww. danych 	Test teoretyczny
Opracowuje strategie rozwijania marki osobistej	<ul style="list-style-type: none"> - określa odbiorców i cele marketingowe - tworzy spójną i osobistą markę na platformach społecznościowych - stosuje strategie budowania autorytetu i zaangażowania wokół osobistego brandingu - wykorzystuje influencerów i ambasadorów marki do promocji osobistej marki 	Test teoretyczny
Doskonali swoje umiejętności związane z Social Media Marketingiem, śledzi nowe trendy i technologię oraz dostosowuje się do zmian na rynku i w branży	<ul style="list-style-type: none"> - koordynuje pracę zespołu odpowiedzialnego za prowadzenie działań marketingowych w mediach społecznościowych oraz motywuje pracowników do osiągania celów - identyfikuje i rozwiązuje problemy, które mogą pojawić się w trakcie prowadzenia kampanii marketingowych w mediach społecznościowych - wykazuje inicjatywę i kreatywność - efektywnie komunikuje się z użytkownikami mediów społecznościowych - umiejętnie planuje i organizuje pracę w celu maksymalizacji efektywności działań marketingowych w mediach społecznościowych - radzi sobie z presją czasu, zachowując spokój i efektywność pracy 	Test teoretyczny

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji zawiera opis efektów uczenia się?

tak, dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji zawiera opis efektów uczenia się

Pytanie 2. Czy dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji?

tak, dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji

Pytanie 3. Czy dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

tak, dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji

Program

1. Wprowadzenie do Social Media Marketingu

- Definicja i znaczenie Social Media Marketingu.
- Omówienie różnych platform społecznościowych i ich roli w marketingu.
- Przegląd trendów i statystyk związanych z wykorzystaniem mediów społecznościowych w marketingu.

2. Strategie Social Media Marketingu

- Rozwój strategii marketingowej dla mediów społecznościowych.
- Segmentacja odbiorców i określenie celów marketingowych.
- Tworzenie spójnej marki na platformach społecznościowych.

3. Kanały i narzędzia w Social Media Marketingu

- Omówienie różnych platform społecznościowych (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, Pinterest itp.).
- Zapoznanie z narzędziami i funkcjami dostępnymi na poszczególnych platformach.
- Wybór odpowiednich kanałów i narzędzi dla konkretnych celów marketingowych.

4. Tworzenie treści w Social Media

- Planowanie i tworzenie treści dostosowanych do różnych platform społecznościowych.
- Optymalizacja treści pod kątem zaangażowania użytkowników i osiągnięcia celów marketingowych.
- Wykorzystanie multimediów (zdjęcia, wideo, infografiki) w treściach marketingowych.

5. Zarządzanie społecznością

- Budowanie i utrzymywanie kontaktów z użytkownikami na platformach społecznościowych.
- Monitorowanie i reagowanie na interakcje użytkowników (komentarze, wiadomości, opinie).
- Przeciwdziałanie negatywnym opiniom i kryzysom reputacyjnym.

6. Płatne reklamy w mediach społecznościowych

- Wykorzystanie płatnych reklam na platformach społecznościowych (Facebook Ads, Instagram Ads, LinkedIn Ads itp.).
- Planowanie i wdrażanie kampanii reklamowych w oparciu o budżet i cele marketingowe.
- Optymalizacja wydatków na reklamę i monitorowanie wyników.

7. Mierzenie i analiza wyników

- Ocena skuteczności działań marketingowych w mediach społecznościowych.
- Analiza danych dotyczących zaangażowania użytkowników, zasięgu publikacji, konwersji itp.
- Wnioskowanie i podejmowanie decyzji biznesowych na podstawie danych analitycznych.

8. Strategie rozwijania marki osobistej

- Budowanie marki osobistej na platformach społecznościowych.
- Strategie budowania autorytetu i zaangażowania wokół osobistego brandingu.
- Wykorzystanie influencerów i ambasadorów marki do promocji osobistej marki.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 0

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
Brak wyników.					

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	2 850,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	2 850,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	118,75 PLN
Koszt osobogodziny netto	118,75 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 0

Brak wyników.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy szkolenia otrzymają materiały piśmiennicze (teczka, zeszyt, długopis) oraz kopie materiałów omawianych na kursie / skrypt, pliki dokumentów przygotowanych w dowolnym formacie

Informacje dodatkowe

Zawarto umowę z WUP w Toruniu w ramach Projektu „Kierunek – Rozwój”

Adres

ul. Młynarska 1a/3
87-800 Włocławek
woj. kujawsko-pomorskie

Szkolenie realizowane będzie we Włocławku na osiedlu Śródmieście przy ul. Młynarskiej 1a/3 (centrum miasta, w pobliżu przystanki autobusowe). Obiekt składa się z 3 kondygnacji, w całości dostosowany jest do potrzeb osób z niepełnosprawnościami (m.in.: podjazdy, winda, toalety, system informacyjno-udźwiękający STEP HEAR dla osób niewidomych i słabowidzących). Na posesji znajduje się nieodpłatny / zamykany parking dla klientów. W skład bazy dydaktyczno – lokalowej wchodzi sale szkoleniowo – doradcze z wyposażeniem (komputery / laptopy, rzutniki multimedialne, tablice sucho-ścieralne / flip-chart / interaktywne), aula konferencyjna, recepcja, szatnia i foyer z wygodnymi kanapami, serwisem kawowym, gdzie uczestnicy szkoleń mogą odpocząć podczas przerw. W całym obiekcie jest bezprzewodowy Internet.

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Wi-fi
- Laboratorium komputerowe

Kontakt



Katarzyna Etynkowska

E-mail cezenit@op.pl

Telefon (+48) 544 262 666