



Mistrzowie Social Media: Skuteczne Strategie i Narzędzia do Budowania Online'owej Obecności

Numer usługi 2025/03/19/41749/2634557

4 040,00 PLN brutto

4 040,00 PLN netto

252,50 PLN brutto/h

252,50 PLN netto/h

Pośrednictwo
Biznesowe Maciej
Pyszka



📍 zdalna w czasie rzeczywistym

📄 Usługa szkoleniowa

🕒 16 h

📅 07.07.2025 do 08.07.2025

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Sposób dofinansowania	wsparcie dla osób indywidualnych
Grupa docelowa usługi	Grupa docelowa szkolenia „Mistrzowie Social Media: Skuteczne Strategie i Narzędzia do Budowania Online'owej Obecności” to właściciele małych i średnich firm, pracownicy działów marketingu, specjaliści ds. social media, freelancerzy, influencerzy, osoby planujące karierę w marketingu internetowym, start-upy oraz organizacje non-profit, które chcą zbudować lub wzmocnić swoją obecność w mediach społecznościowych i skutecznie zarządzać swoją online'ową obecnością.
Minimalna liczba uczestników	1
Maksymalna liczba uczestników	5
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	16
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 „Mistrzowie Social Media” jest przekazanie uczestnikom wiedzy i umiejętności do tworzenia skutecznych strategii marketingowych, zarządzania profilami firmowymi oraz budowania silnej obecności online za pomocą narzędzi i platform social media.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Uczestnik tworzy efektywne strategie marketingowe w mediach społecznościowych.</p>	<p>Uczestnik definiuje cele marketingowe i dopasowuje je do strategii social mediów.</p>	<p>Wywiad swobodny</p>
	<p>Uczestnik przeprowadza analizę grupy docelowej i wybiera odpowiednie platformy do promocji.</p> <p>Uczestnik planuje kampanie reklamowe w mediach społecznościowych, uwzględniając budżet, czas trwania i zasoby.</p>	<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p> <p>Wywiad swobodny</p>
<p>Uczestnik rozumie zasady skutecznego zarządzania profilami firmowymi na różnych platformach.</p>	<p>Uczestnik potrafi rozróżnić kluczowe platformy społecznościowe (Facebook, Instagram, LinkedIn, X (Twitter), itp.) i dostosować treści oraz strategie do specyfiki każdej z nich.</p>	<p>Wywiad swobodny</p>
	<p>Uczestnik rozumie znaczenie spójności marki w komunikacji i utrzymuje jednolity wizerunek firmy na różnych profilach.</p>	<p>Wywiad swobodny</p>
<p>Uczestnik dobiera odpowiednie narzędzia do analizy wyników działań w social media.</p>	<p>Uczestnik planuje harmonogramy publikacji, uwzględniając optymalne godziny i dni na publikację w zależności od platformy.</p>	<p>Wywiad swobodny</p>
	<p>Uczestnik wskazuje i opisuje najpopularniejsze narzędzia analityczne wykorzystywane w social media (np. Google Analytics, Facebook Insights, Instagram Insights, Hootsuite, Sprout Social).</p>	<p>Prezentacja</p>
	<p>Uczestnik dostosowuje wybór narzędzi analitycznych do specyfiki danej platformy społecznościowej oraz celu kampanii (np. analiza wyników postów, kampanii reklamowych, wzrostu liczby obserwujących).</p>	<p>Wywiad swobodny</p>

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Uczestnik rozpoznaje i wykorzystuje trendy w social media do poprawy zaangażowania użytkowników.</p>	<p>Uczestnik identyfikuje aktualne trendy w social media, takie jak popularne hashtagi, formaty treści (np. stories, live stream, reels), czy tematy, które zdobywają dużą uwagę użytkowników.</p> <p>Uczestnik dobiera odpowiednie platformy do implementacji trendów, uwzględniając charakterystyczne dla nich formaty oraz preferencje użytkowników danej platformy.</p>	<p>Prezentacja</p> <p>Wywiad swobodny</p>
	<p>Uczestnik wykorzystuje narzędzi i źródeł informacji (np. raporty branżowe, analizy social media, influencerów) do śledzenia i wykorzystywania najnowszych trendów w social media.</p>	<p>Wywiad swobodny</p>
<p>Uczestnik skutecznie buduje i utrzymuje relacje z odbiorcami na platformach społecznościowych.</p>	<p>Uczestnik angażuje odbiorców poprzez regularne, wartościowe treści, które odpowiadają na ich potrzeby i zainteresowania.</p>	<p>Wywiad swobodny</p>
	<p>Uczestnik skutecznie reaguje na komentarze, wiadomości i interakcje użytkowników, wykazując aktywność i dbając o pozytywną atmosferę w komunikacji.</p>	<p>Wywiad swobodny</p>
	<p>Uczestnik tworzy strategię zaangażowania, takie jak organizowanie konkursów, ankiet, Q&A, które stymulują interakcję oraz umożliwiają użytkownikom aktywne uczestnictwo.</p> <p>Uczestnik tworzy plan kontentowy, który uwzględnia cele marketingowe firmy, potrzeby odbiorców i specyfikę danej platformy społecznościowej.</p>	<p>Wywiad swobodny</p> <p>Prezentacja</p>
<p>Uczestnik opracowuje plany kontentowe, które zwiększają widoczność marki w internecie.</p>	<p>Uczestnik wykorzystuje narzędzia do analizy efektywności treści (np. analityka social media) w celu monitorowania wyników i optymalizacji planu kontentowego.</p>	<p>Wywiad swobodny</p>
	<p>Uczestnik uwzględnia różne formaty treści, takie jak SEO, blogi, video, grafiki, aby zwiększyć zasięg i poprawić widoczność marki w internecie.</p>	<p>Wywiad swobodny</p>

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

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

tak

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

tak

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

tak

Program

Dzień 1:

9:00 – 9:30 – Wprowadzenie do szkolenia

- Przedstawienie celów szkolenia, planu zajęć i oczekiwań uczestników.
- Omówienie podstawowych zagadnień związanych z mediami społecznościowymi.

9:30 – 11:00 – Podstawy budowania obecności w social media

- Wybór odpowiednich platform społecznościowych.
- Analiza grupy docelowej i jej potrzeb.
- Budowanie strategii obecności online.

11:00 – 12:30 – Tworzenie skutecznych strategii social media

- Określanie celów marketingowych w mediach społecznościowych.
- Planowanie działań i wyboru odpowiednich narzędzi.
- Case studies: najlepsze praktyki firm w social mediach.

12:30 – 12:45 – Przerwa (15 minut)

12:45 – 14:15 – Content marketing w social media

- Tworzenie wartościowego i angażującego contentu.
- Techniki storytellingu w mediach społecznościowych.
- Rodzaje treści: teksty, zdjęcia, wideo, infografiki.

14:15 – 15:30 – Zarządzanie profilami na różnych platformach

- Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter – jak dopasować treści do każdej z platform.
- Zasady skutecznego zarządzania profilem firmowym.
- Analiza narzędzi do planowania i publikacji postów.

15:30 – 17:00 – Praktyczne ćwiczenie: Tworzenie planu postów

- Uczestnicy pracują w grupach, tworząc plan publikacji na wybranej platformie.
- Omówienie efektów ćwiczenia i praktyczne wskazówki.

Dzień 2:

9:00 – 9:30 – Recap i omówienie dnia 1

- Podsumowanie najważniejszych kwestii omawianych dnia poprzedniego.
- Dyskusja na temat trudności napotkanych w procesie tworzenia strategii.

9:30 – 10:30 – Narzędzia analityczne w social media

- Wybór odpowiednich narzędzi do monitorowania wyników działań.
- Mierzenie efektywności kampanii: wskaźniki, KPI.
- Analiza działań konkurencji.

10:30 – 12:00 – Zarządzanie kryzysowe w social media

- Jak reagować na negatywne komentarze i kryzysy w sieci.
- Zasady komunikacji w sytuacjach kryzysowych.
- Case study – jak znane marki zarządzały kryzysami online.

12:00 – 12:15 – Przerwa (15 minut)

12:15 – 13:45 – Trendy w social media i ich wykorzystanie

- Jak dostosować strategię do nowych trendów (np. wideo na żywo, influencer marketing).
- Trendy w zakresie formatów treści, storytellingu, interakcji z użytkownikami.
- Analiza przykładów skutecznych kampanii.

13:45 – 14:45 – Budowanie relacji z użytkownikami i zaangażowanie

- Jak budować i utrzymywać zaangażowanie odbiorców w długim okresie.
- Interakcja z użytkownikami: odpowiedzi, komentarze, konkursy, sondy.
- Personalizacja komunikacji i tworzenie społeczności wokół marki.

14:45 – 16:00 – Praktyczne ćwiczenie: Analiza kampanii social media

- Uczestnicy analizują realną kampanię social media (np. wideo, posty, reklamy).
- Praca w grupach nad poprawą efektywności kampanii, z uwzględnieniem narzędzi i strategii omówionych w trakcie szkolenia.
- Omówienie wyników ćwiczenia.

16:00 - 17:00 - Walidacja usługi

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 15 Wprowadzenie do szkolenia	Rafał Doleckiński	07-07-2025	09:00	09:30	00:30
2 z 15 Podstawy budowania obecności w social media	Rafał Doleckiński	07-07-2025	09:30	11:00	01:30
3 z 15 Tworzenie skutecznych strategii social media	Rafał Doleckiński	07-07-2025	11:00	12:30	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
4 z 15 Przerwa	Rafał Doleckiński	07-07-2025	12:30	12:45	00:15
5 z 15 Content marketing w social media	Rafał Doleckiński	07-07-2025	12:45	14:15	01:30
6 z 15 Zarządzanie profilami na różnych platformach	Rafał Doleckiński	07-07-2025	14:15	15:30	01:15
7 z 15 Praktyczne ćwiczenie: Tworzenie planu postów	Rafał Doleckiński	07-07-2025	15:30	17:00	01:30
8 z 15 Recap i omówienie dnia 1	Rafał Doleckiński	08-07-2025	09:00	09:30	00:30
9 z 15 Narzędzia analityczne w social media	Rafał Doleckiński	08-07-2025	09:30	10:30	01:00
10 z 15 Zarządzanie kryzysowe w social media	Rafał Doleckiński	08-07-2025	10:30	12:00	01:30
11 z 15 Przerwa	Rafał Doleckiński	08-07-2025	12:00	12:15	00:15
12 z 15 Trendy w social media i ich wykorzystanie	Rafał Doleckiński	08-07-2025	12:15	13:45	01:30
13 z 15 Budowanie relacji z użytkownikami i zaangażowanie	Rafał Doleckiński	08-07-2025	13:45	14:45	01:00
14 z 15 Praktyczne ćwiczenie: Analiza kampanii social media	Rafał Doleckiński	08-07-2025	14:45	16:00	01:15
15 z 15 Walidacja Usługi	-	08-07-2025	16:00	17:00	01:00

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	4 040,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	4 040,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	252,50 PLN
Koszt osobogodziny netto	252,50 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Rafał Doleckiński

Rafał Doleckiński to doświadczony specjalista w zakresie social mediów, który z pasją i zaangażowaniem pomaga firmom i markom budować silną obecność w sieci. Z bogatym doświadczeniem w strategii, tworzeniu treści i zarządzaniu kampaniami reklamowymi, Posiada umiejętność skutecznego dotarcia do szerokiego grona odbiorców. Jego podejście opiera się na analizie potrzeb klientów, doskonaleniu komunikacji w social mediach oraz optymalizacji działań w celu maksymalizacji efektywności.

Dzięki swojej wiedzy i praktyce, skutecznie wdraża strategie marketingowe, które przekładają się na zwiększenie zaangażowania użytkowników oraz wzrost wyników sprzedaży. Jest również ekspertem w zakresie monitorowania wyników kampanii oraz dostosowywania działań do zmieniających się trendów i algorytmów mediów społecznościowych. Jego podejście jest oparte na analitycznym myśleniu, kreatywności i nieustannym śledzeniu innowacji w branży.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały edukacyjne takie jak prezentacja podczas usługi zapewnia realizator.

- Prezentacje multimedialne
- Case studies
- Interaktywne ćwiczenia

Warunki uczestnictwa

Zapis na usługę z wykorzystaniem odpowiedniego ID wsparcia.

Warunkiem uzyskania zaświadczenia i certyfikatu jest uczestnictwo w 100% szkolenia.

Warunkiem niezbędnym do spełnienia przez uczestników, aby realizacja usługi pozwoliła na osiągnięcie głównego celu jest aktywność oraz obecność na szkoleniu.

Informacje dodatkowe

Podstawa prawna stawki

zwolnionej: Rozporządzenie Ministra finansów z 20 grudnia 2013 w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień (Dz.U. poz. 1722 z 31.12.2013) art. 3 pkt 1 ust. 14 " Zwalnia się od podatku:..... usługi kształcenia zawodowego lub przekwalifikowania zawodowego, finansowane w co najmniej 70% ze środków publicznych oraz świadczenie usług i dostawę towarów ściśle z tymi usługami związane"

Warunki techniczne

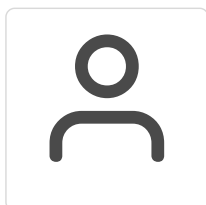
a) Rodzaj komunikatora, za pośrednictwem którego prowadzona będzie usługa rozwojowa: Usługa szkoleniowa realizowana będzie zdalnie w czasie rzeczywistym przy wykorzystaniu aplikacji „TEAMS”.

b) Minimalne wymagania sprzętowe, jakie musi spełniać komputer Uczestnika lub inne urządzenie do zdalnej komunikacji: Komputer(PC lub laptop) lub tablet lub telefon komórkowy: - Połączenie internetowe - szerokopasmowe przewodowe lub bezprzewodowe (3G lub 4G / LTE)- Głośniki i mikrofon - wbudowany lub wtyk USB lub bezprzewodowy Bluetooth - Kamera internetowa lub kamera internetowaHD - wbudowana lub wtyczka USB lub kamera HD lub kamera HD z kartą przechwytywania wideo - Dwurdzeniowy procesor 2 GHz lubszybszy (zalecany 4- rdzeniowy) (i3 / i5 / i7 lub odpowiednik AMD) - 2GB pamięci RAM (zalecane 4GB) - System operacyjny Windows 8(zalecany Windows 10), Mac OS wersja 10.13 (zalecana najnowsza wersja) – dla PC lub laptopa

c) Minimalne wymagania dotyczące parametrów łącza sieciowego, jakim musi dysponować Uczestnik: - Stałe łącze internetowe opóźnienia 1,5 Mbps (zalecane 2,5 Mbps z obrazem w jakości HD - 800kbps / 1.0Mbps (górze / dół) dla wysokiej jakości wideo - W przypadku widoku galerii / lub video HD 720p: 1,5 / 1,5 (górze / dół) - Odbieranie wideo HD 1080p wymaga 2,5 (w górze / w dół) - Przesyłanie wideo HD 1080p wymaga 3,0 (w górze / w dół) - Tylko do udostępniania ekranu (brak miniatury wideo): 50-75 - Doudostępniania ekranu z miniaturą wideo: 50-150 - W przypadku audio VoiP: 60-80 - W przypadku telefonu Zoom: 60-100

d) Niezbędne oprogramowanie umożliwiające Uczestnikom dostęp do prezentowanych treści i materiałów: - Przeglądarka internetowa: Google Chrome, Firefox, lub Safari (zaktualizowane do najnowszej wersji) - Bezpłatna aplikacja „TEAMS” - Programy z możliwością odczytywania dokumentów „pdf”, „.doc”, „.xlsx”, „.xls”, „.pptx”, „.

Kontakt



Maciej Pyszka

E-mail posrednictwo.biznesowe1@gmail.com

Telefon (+48) 505 995 970