



Jakub Śliwak

Brak ocen dla tego dostawcy

Social Media Ads Pro – praktyczny kurs reklamy

Numer usługi 2025/03/25/163341/2647435

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 12 h

📅 17.04.2025 do 18.04.2025

1 968,00 PLN brutto

1 600,00 PLN netto

164,00 PLN brutto/h

133,33 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Identyfikator projektu	Małopolski Pociąg do kariery
Sposób dofinansowania	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	-Marketingowcy i specjaliści ds. promocji; -Freelancerzy i osoby pracujące jako social media managerowie; -Osoby planujące przebranżowienie lub wejście do branży digital marketingu; -Kreatorzy treści, influencerzy i osoby budujące markę osobistą
Minimalna liczba uczestników	5
Maksymalna liczba uczestników	30
Data zakończenia rekrutacji	15-04-2025
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	12
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Znak Jakości Małopolskich Standardów Usług Edukacyjno-Szkoleniowych (MSUES) - wersja 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Celem szkolenia jest nabycie przez uczestników praktycznych umiejętności tworzenia, zarządzania i optymalizacji kampanii reklamowych na platformach Facebook i Instagram (Meta Ads). Uczestnicy nauczą się samodzielnie planować działania reklamowe, dobierać odpowiednie cele kampanii, grupy odbiorców, formaty reklam oraz analizować wyniki i podejmować decyzje na podstawie danych. Szkolenie ma na celu przygotowanie do efektywnego wykorzystania budżetu reklamowego w mediach społecznościowych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Po ukończeniu szkolenia uczestnik: - zna podstawy systemu reklamowego Meta (Facebook i Instagram), - potrafi samodzielnie tworzyć i konfigurować kampanie reklamowe, - umie dobierać cele, grupy odbiorców i formaty reklam, - potrafi analizować wyniki kampanii i optymalizować je w praktyce, - rozumie, jak skutecznie wykorzystać reklamy do budowania zasięgu, zaangażowania i sprzedaży.	Wykonanie zadania praktycznego – uczestnik tworzy przykładową kampanię reklamową w Menedżerze Reklam Meta (Facebook/Instagram), dobierając odpowiedni cel, grupę odbiorców, format reklamy i budżet.	Prezentacja

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

Moduły Szkoleniowe:

1. Wprowadzenie do Ekosystemu Reklamowego Meta:

- Analiza potencjału reklamowego platform Facebook i Instagram.
- Identyfikacja celów biznesowych i ich przełożenie na strategię reklamowe.

2. Nawigacja i Konfiguracja Menedżera Reklam:

- Struktura i funkcjonalności Menedżera Reklam.
- Zarządzanie kontem reklamowym i ustawienia podstawowe.

3. Implementacja i Wykorzystanie Facebook Pixel:

- Zasady działania i konfiguracja Pixel Facebooka.
- Śledzenie konwersji i optymalizacja działań remarketingowych.

4. Tworzenie i Zarządzanie Konwersjami Niestandardowymi:

- Definiowanie specyficznych działań użytkowników na stronie.
- Wykorzystanie konwersji niestandardowych w strategiach reklamowych.

5. Optymalizacja Kampanii pod Kątem Konwersji:

- Ustawianie celów kampanii skoncentrowanych na konwersji.
- Analiza i optymalizacja kampanii w celu maksymalizacji ROI.

6. Generowanie Leadów za Pomocą Lead Ads:

- Projektowanie i wdrażanie formularzy leadowych.
- Zarządzanie i kwalifikacja pozyskanych leadów.

7. Segmentacja Odbiorców: Grupy Niestandardowe:

- Tworzenie precyzyjnych grup docelowych na podstawie danych własnych.
- Wykorzystanie niestandardowych grup odbiorców w kampaniach reklamowych.

8. Skalowanie Kampanii z Grupami Podobnych Odbiorców (Lookalike Audiences):

- Tworzenie i wykorzystanie grup podobnych odbiorców.
- Strategie skalowania kampanii reklamowych.

9. Porównanie i Zastosowanie: Promowanie Postów vs. Menedżer Reklam:

- Analiza różnic między promowaniem postów a zaawansowanymi kampaniami w Menedżerze Reklam.
- Dobór odpowiednich narzędzi w zależności od celów kampanii.

10. Strategie Reklamowe na Instagramie:

- Specyfika reklamy na Instagramie.
- Efektywne wykorzystanie formatów reklamowych Instagrama.

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	1 968,00 PLN

Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 600,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	164,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	133,33 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Mariia Gorbova

Trenerka jest prawnikiem i specjalistką w zakresie nowych technologii, w tym sztucznej inteligencji i marketingu cyfrowego. Od ponad kilku lat prowadzi szkolenia z reklamy na Facebooku i Instagramie, łącząc wiedzę prawną z praktycznym podejściem do marketingu internetowego. Współpracuje zarówno z przedsiębiorcami, jak i instytucjami, pomagając im wykorzystywać nowoczesne narzędzia w zgodzie z obowiązującymi przepisami. W pracy trenerskiej stawia na konkrety, praktykę i dostosowanie treści do poziomu uczestników

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

- Prezentacje w formacie PDF
- Linki do dodatkowych źródeł

Warunki techniczne

- Komputer stacjonarny lub laptop z aktualnym systemem operacyjnym (Windows, macOS, Linux).
- Sprawny mikrofon i kamera internetowa (wbudowane lub zewnętrzne).
- Słuchawki lub głośniki.
- Stabilne i szybkie łącze internetowe o minimalnej prędkości pobierania 5 Mb/s i wysyłania 2 Mb/s.

Kontakt



Jakub Śliwak

E-mail kuba.sliwak@op.pl

Telefon (+48) 606 433 504