



DIGITAL BRAND
MAGDALENA
GŁOMSKA



Szkolenie LinkedIn –podstawy. Strategia budowania rozpoznawalności firmy z elementami AI. Employer branding.

Numer usługi 2025/03/20/118911/2639141

📍 Gdańsk / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 6 h

📅 05.09.2025 do 05.09.2025

1 200,00 PLN brutto

1 200,00 PLN netto

200,00 PLN brutto/h

200,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Sposób dofinansowania

wsparcie dla osób indywidualnych
wsparcie dla pracodawców i ich pracowników

Grupa docelowa usługi

Szkolenie skierowane jest do :

- Studentów, pracowników chcących zbudować swój wizerunek
- Jednoosobowych działalności gospodarczych
- Przedsiębiorstw, korporacji i dużych firm - prezesów i właścicieli
- Osób zarządzających działami - dyrektorów, menedżerów i kierowników
- Zespołów sprzedażowych i marketingowych - projekt managerów
- Specjalistów ds. rekrutacji pragnących wykorzystać potencjał platformy LinkedIn oraz sztucznej inteligencji do lepszej identyfikacji i pozyskiwania talentów.
- Menadżerów HR odpowiedzialnych za budowanie i wzmocnienie marki pracodawcy w sieci.

Minimalna liczba uczestników

2

Maksymalna liczba uczestników

4

Data zakończenia rekrutacji

04-09-2025

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

6

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Celem szkolenia jest zdobycie przez uczestników umiejętności skutecznego budowania wizerunku marki oraz zwiększania sprzedaży w sieci przy wykorzystaniu narzędzi marketingowych LinkedIn. sprawne poruszanie się w środowisku narzędzi teleinformatycznych oraz różnymi programami niezbędnymi w zarządzaniu zasobami ludzkimi

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Poznaje proces zakładania konta na LinkedIn	Wykorzystuje fundamenty LinkedIn do przeprowadzenia właściwej analizy własnego profilu oraz tworzenia skutecznej strategii na platformie.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Buduje profesjonalnie stworzony profil z wykorzystaniem kluczowych sekcji	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Identyfikuje kluczowe sekcje profilu zwiększające widoczność i wiarygodność	Analizuje znaczenie sekcji takich jak "Nagłówek", "O mnie", "Doświadczenie" i "Rekomendacje".	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Analizuje skuteczność działań na LinkedIn za pomocą Social Selling Index (SSI)	Interpretuje wynik SSI w kontekście swojej aktywności	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Wyciąga wnioski i planuje działania poprawiające wynik	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Tworzy i zarządza stroną firmową na LinkedIn w oparciu o strategię marki	Poprawnie zakłada stronę firmową z uzupełnionymi sekcjami (wizja, misja, wartości)	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Publikuje pierwszy post zgodny z filarami treści oraz Tone of Voice marki	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Definiuje idealną grupę docelową i buduje sieć kontaktów w sposób strategiczny	Opracowuje profil idealnej osoby klienta lub odbiorcy	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Buduje listę co najmniej 10 nowych kontaktów zgodnych z określoną strategią	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Tworzy i konfiguruje kampanię reklamową na LinkedIn zgodnie z wyznaczonymi celami	Ustala grupę docelową i wybiera odpowiedni format reklamy w Menedżerze Kampanii.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

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

Tak, dokument potwierdza 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

Usługa stacjonarna. Szkolenie realizowane jest w godzinach dydaktycznych 45 min.

Przerwy nie są wliczone w czas trwania usługi.

Liczba godzin praktycznych: 4h

Liczba godzin teoretycznych: 2h

Metody pracy: wykłady, dyskusje z uczestnikami i case study uczestników, ćwiczenia indywidualne, videorozmowa, współdzielenie ekranu, interaktywny chat za pomocą, którego będą przesyłane linki do podstron i omawianych tematów.

Aby realizacja usługi pozwoliła osiągnąć cel główny, warunkiem jest zaangażowanie uczestnika w różnorodne formy pracy podczas szkolenia.

Przeprowadzenie testu wiedzy (pre-test w ramach walidacji)

I blok – Założenia prowadzenia LinkedIn- idealny profil prywatny - teoria + praktyka

- Jak założyć konto na LinkedIn?
- Dlaczego warto korzystać z LinkedIn?
- Strategia działań na LinkedIn – różnicowanie celów obecności: student, pracownik, pracodawca, właściciel firmy
- **Wykorzystanie sztucznej inteligencji AI do stworzenia idealnego wizerunku na LinkedIn**
- Jak stworzyć idealny profil na LinkedIn - Profil All Star
- Case Study - przykładowy dobrych profili
- Idealny nagłówek na LinkedIn - cechy i struktura. Dostosowanie nagłówka do celu strategicznego
- Które sekcje na LinkedIn są w szczególności ważne i podniosą Twój wizerunek - dobre case study. Struktura i uzupełnienie.
- Formularze medialne, Social Proof
- Jak poprawnie stworzyć sekcję "O mnie?"
- Hashtagi - jak skutecznie je wykorzystywać
- Jak zrobić zdjęcie w tle na LinkedIn w programie Canva? Formaty i identyfikacja graficzna
- Konto LinkedIn Premium - czy i kiedy warto
- Index Social Selling - analiza skuteczności działań
- Jak przyciągnąć uwagę rekruterów swoim kontem

II blok – Strona firmowa na LinkedIn- teoria+praktyka

- Jak wykorzystać potencjał LinkedIn w biznesie?
- Personal branding
- Strona firmowa na LinkedIn - czym jest i dlaczego warto?
- Jak założyć i jak prowadzić stronę firmową na LinkedIn?
- Wartości wyróżniające firmę
- Wizja i misja marki. Tone of Voice
- Identyfikacja marki
- Skuteczna komunikacja na LinkedIn
- Filary treści - Jak pisać posty eksperckie i artykuły na LinkedIn? Źródła inspiracji. Fazy publikacji
- Video na LinkedIn
- Najlepszy czas na publikację
- Nowe funkcje na LinkedIn
- Algorytmy na LinkedIn
- SEO na LinkedIn

III blok - Jak szukać klientów na LinkedIn. Twój pracownik to Twój ambasador-praktyka-ćwiczenia

- Jak budować sieć kontaktów na LinkedIn? Siła kontaktów. Strategia
- Nasz idealny target - określenie grupy odbiorczej i osoby
- Social Networking
- Jak budować markę pracodawcy na LinkedIn?

Twój pracownik na LinkedIn

- Jak zachęcić pracowników do aktywności na LinkedIn?
- Dlaczego Twój pracownik może być Twoim Ambasadorem
- Jak być Ambasadorem swojej firmy

IV blok – System reklamowy na LinkedIn-teoria

- Stworzenie Menedżera kampanii
- Stworzenie i konfiguracja konta reklamowego na LinkedIn
- Stworzenie grup docelowych
- Ustalenie celów reklamowych
- Ustalenie formatu reklamowego

Przeprowadzenie testu wiedzy (post-test w ramach walidacji).

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 8

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 8 Przeprowadzenie testu wiedzy (pre-test w ramach walidacji)	-	05-09-2025	08:30	08:45	00:15
2 z 8 I blok – Założenia prowadzenia LinkedIn-teoria-rozmowa na żywo	Magdalena Głomska	05-09-2025	08:45	10:00	01:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
3 z 8 Przerwa 30 min	Magdalena Głomska	05-09-2025	10:00	10:30	00:30
4 z 8 II blok – Strona firmowa na LinkedIn-teoria+praktyka-rozmowa na żywo, ćwiczenia	Magdalena Głomska	05-09-2025	10:30	12:00	01:30
5 z 8 Przerwa 15 min	Magdalena Głomska	05-09-2025	12:00	12:15	00:15
6 z 8 III blok - Jak szukać klientów na LinkedIn-praktyka-ćwiczenia	Magdalena Głomska	05-09-2025	12:15	13:45	01:30
7 z 8 IV blok – System reklamowy na LinkedIn-praktyka-ćwiczenia	Magdalena Głomska	05-09-2025	13:45	14:15	00:30
8 z 8 Przeprowadzenie testu wiedzy (post-test w ramach walidacji).	-	05-09-2025	14:15	14:30	00:15

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	1 200,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 200,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	200,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	200,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

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. Pisze 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.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymują certyfikat szkolenia.

Warunki uczestnictwa

Wymogi unijne związane z realizacją szkolenia z dofinansowaniem:

- Warunkiem uzyskania zaświadczenia jest uczestnictwo w co najmniej 80%- 100% (w zależności od programu dofinansowania i podpisanej umowy z Operatorem) zajęć usługi rozwojowej

Niespełnienie powyższych może skutkować brakiem dofinansowania

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 profilu na LinkedIn
- Jeśli nie masz profilu - rekomendujemy założenie profilu na LinkedIn, przy czym
- nie musi być on kompleksowo
- uzupełniony o dane. Te elementy będziemy omawiać podczas szkolenia
- <https://www.linkedin.com>
- Zaloguj się na swój profil na komputerze

- Dodatkowo rekomendujemy przygotowanie w pliku Word:
- Historii zawodowej (choć opis jednego np. ostatniego stanowiska zawodowego)
- Historii edukacji (choć ostatnia szkoła/uczelnia)

Jeśli mają Państwo także swoje zdjęcie profilowe (nie jest wymogiem, aby było ono typowo biznesowe).

Należy zabrać:

- laptopa, myszkę, ładowarkę
- telefon i ładowarkę

Adres

ul. Kaprów 3a/36

80-316 Gdańsk

woj. pomorskie

Sala szkoleniowa mieści się w Gdańsku - Oliwa, na trzecim piętrze w kamienicy biurowej.

W pobliżu znajduje się parking płatny. Łatwy dojazd środkami komunikacji miejskiej: SKM, tramwaj, autobus.

Udogodnienia dla osób z niepełnosprawnościami:

- Winda
- Podjazd
- Szerokie drzwi
- Dostosowana toaleta

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Magdalena Głomska

E-mail biuro@digitalbrand.com.pl

Telefon (+48) 505 139 506