



UNICO SP. Z O.O.

★★★★★ 4,9 / 5

278 ocen

Unico Marketing: Social Media Marketing. Zaawansowane szkolenie od strategii po reklamę na platformach social media.

Numer usługi 2025/07/08/160223/2864504

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 36 h

📅 17.09.2025 do 29.09.2025

7 564,50 PLN brutto

6 150,00 PLN netto

210,13 PLN brutto/h

170,83 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Szkolenie jest skierowane do:

- Specjalistów ds. marketingu
- Freelancerów i wirtualnych asystentek
- Osób planujących przebranżowienie lub rozpoczęcie kariery w obszarze digital marketingu, social media i e-commerce.
- Usługa jest skierowana do osób indywidualnych

Minimalna liczba uczestników

1

Maksymalna liczba uczestników

1

Data zakończenia rekrutacji

16-09-2025

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

Liczba godzin usługi

36

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

Szkolenie przygotowuje uczestników do samodzielnego projektowania i wdrażania strategii Social Media, tworzenia angażujących treści oraz skutecznego wykorzystania storytellingu w budowaniu marki. Program szkolenia prowadzi do efektywnego zastosowania narzędzi graficznych i AI w optymalizacji treści, analizy algorytmów oraz zwiększania

zasięgów publikacji. Szkolenie przygotowuje do samodzielnego prowadzenia działań sprzedażowych, pozyskiwania klientów oraz zarządzania wizerunkiem marki.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Projektuje i wdraża strategię Social Media.	określa cele marketingowe i dopasowuje strategię komunikacji,	Wywiad ustrukturyzowany
	przeprowadza analizę SWOT marki,	Analiza dowodów i deklaracji
		Wywiad swobodny
	tworzy propozycję wartości oraz profiluje grupę docelową,	Analiza dowodów i deklaracji
		Wywiad swobodny
	opracowuje harmonogram publikacji treści.	Analiza dowodów i deklaracji
		Wywiad swobodny
	Tworzy angażujące treści i wykorzystuje storytelling w mediach społecznościowych.	dobiera rodzaje postów do celu marketingowego,
stosuje techniki storytellingu w komunikacji marki,		Analiza dowodów i deklaracji
		Wywiad swobodny
projektuje skuteczne CTA (Call to Action),		Analiza dowodów i deklaracji
		Wywiad swobodny
		Analiza dowodów i deklaracji
		Wywiad swobodny
Wykorzystuje narzędzia graficzne i AI do optymalizacji treści.		tworzy grafikę w narzędziu graficznym Canva,
	Wywiad swobodny	
	generuje treści i grafiki przy pomocy AI,	Analiza dowodów i deklaracji
	Wywiad swobodny	

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Skutecznie sprzedaje usługi i pozyskuje klientów w Social Media.	opracowuje ofertę sprzedażową,	Analiza dowodów i deklaracji
		Wywiad swobodny
	optymalizuje treści sprzedażowe pod kątem grupy docelowej,	Analiza dowodów i deklaracji
		Wywiad swobodny
	przygotowuje wiadomości sprzedażowe.	Analiza dowodów i deklaracji
		Wywiad swobodny

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

W szybko zmieniającym się świecie digital marketingu skuteczna obecność w mediach społecznościowych to klucz do sukcesu. Nasze praktyczne szkolenie wyposaży Cię w kompleksową wiedzę i umiejętności niezbędne do budowania silnej marki, tworzenia angażujących treści oraz wykorzystywania nowoczesnych narzędzi, w tym AI, do automatyzacji procesów.

Podczas szkolenia nauczysz się:

- Kreować unikalną strategię Social Media dopasowaną do Twojej marki,
- Tworzyć profesjonalne treści i storytelling, który angażuje odbiorców,
- Skutecznie wykorzystywać narzędzia graficzne i AI do optymalizacji treści,
- Analizować algorytmy platform i zwiększać zasięgi postów,
- Prowadzić sprzedaż i pozyskiwać klientów poprzez Social Selling,
- Zarządzać wizerunkiem marki oraz reagować na sytuacje kryzysowe.

Dzień 1 – Fundamenty budowania marki i strategii Social Media

Moduł 1: Kreowanie unikalnej marki osobistej i firmowej

- Rola marki w budowaniu pozycji w biznesie online.
- Analiza SWOT marki – mocne i słabe strony, szanse i zagrożenia.
- Definiowanie misji, wizji i wartości marki.
- Ćwiczenia: analiza SWOT i kreowanie tożsamości marki.

Moduł 2: Strategie Social Media i identyfikacja grupy docelowej

- Określanie celów marketingowych i strategii komunikacji.
- Profilowanie grupy docelowej i analiza konkurencji.
- Tworzenie propozycji wartości (Value Proposition).
- Ćwiczenia: tworzenie osoby klienta i benchmarking.

Dzień 2 – Tworzenie angażujących treści w mediach społecznościowych

Moduł 3: Content marketing i planowanie publikacji

- Rodzaje postów w Social Media i ich skuteczność.
- Tworzenie harmonogramu publikacji.
- Skuteczne CTA (Call to Action) i strategie zaangażowania.
- Ćwiczenia: kalendarz treści i strategia publikacji dla branży.

Moduł 4: Storytelling i budowanie relacji z odbiorcami

- Jak opowiadać historię marki, by angażować odbiorców.
- Techniki storytellingu i analiza skutecznych kampanii.
- Ćwiczenia: tworzenie opowieści marki i angażujących postów.

Dzień 3 - Automatyzacja i AI w Social Media

Moduł 5: Automatyzacja i AI w marketingu

- Wykorzystanie ChatGPT i AI w strategii social media.
- Generowanie treści i grafik przy pomocy AI.
- Ćwiczenia: tworzenie treści reklamowych i automatyzacja publikacji.

Moduł 6: Zakładanie konta reklamowego i przygotowanie do kampanii

- Konfiguracja konta reklamowego na Facebooku i Instagramie.
- Instalacja i weryfikacja Piksela Meta oraz podstawy śledzenia konwersji.
- Przygotowanie strony internetowej i fanpage do działań reklamowych.
- Ćwiczenia: utworzenie konta reklamowego i podpięcie Piksela.

Dzień 4: Reklama płatna i optymalizacja kampanii w Social Media

Moduł 7: Planowanie i prowadzenie kampanii reklamowych

- Dobór celu kampanii i określanie grupy odbiorców.
- Segmentacja grup docelowych: demografia, zainteresowania, zachowania i grupy lookalike.
- Format reklam i ich zastosowanie w zależności od celu.
- Ćwiczenia: zaplanowanie kampanii i ustawienie grupy odbiorców.

Moduł 8: Kreacje reklamowe i optymalizacja budżetu

- Tworzenie angażujących kreacji graficznych i tekstowych.
- Techniki remarketingu i docierania do ciepłych oraz zimnych odbiorców.
- Optymalizacja budżetu kampanii i rozdzielanie środków na etapy lejka sprzedażowego.
- Ćwiczenia: przygotowanie zestawu reklam i zaplanowanie budżetu kampanii.

Dzień 5 – Skuteczna sprzedaż i strategia marketingowa w Social Media

Moduł 9: Analiza i optymalizacja wyników

- Jak analizować wyniki kampanii i wyciągać wnioski.
- Testy A/B i ich znaczenie w optymalizacji kampanii.
- Mierzenie skuteczności reklam i dostosowywanie działań.
- Ćwiczenia: interpretacja raportów i zaplanowanie działań optymalizacyjnych.

Moduł 10: Social Selling – sprzedaż i pozyskiwanie klientów

- Skuteczne metody sprzedaży w Social Media.
- Optymalizacja ofert i strategie sprzedażowe.
- Ćwiczenia: tworzenie ofert sprzedażowych i wiadomości sprzedażowych.

Moduł 11: Podsumowanie szkolenia

Walidacja efektów uczenia się

- Szkolenie prowadzone jest w sposób indywidualny lub w małych grupach 2-3 osobowych
- Uczestnik posiada samodzielne stanowisko pracy.
- Warunkiem koniecznym do osiągnięcia celu szkolenia jest 100% frekwencja oraz zaangażowanie Uczestnika.
- Usługa realizowana jest w 36 godzinach dydaktycznych (godzina dydaktyczna = 45 minut).
- Metoda weryfikacji obecności Uczestnika: eksport raportu logowań aplikacji Zoom.
- Zajęcia praktyczne: 17 godzin dydaktycznych / zajęcia teoretyczne: 19 godzin dydaktycznych
- Przerwy wliczają się do godzin usługi.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 29

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 29 Dzień 1. Moduł 1. Kreowanie unikalnej marki osobistej i firmowej (teoria) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Karolina Jung	17-09-2025	12:00	12:45	00:45
2 z 29 Dzień 1. Moduł 1. Ćwiczenia: analiza SWOT i kreowanie tożsamości marki (praktyka) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Karolina Jung	17-09-2025	12:45	13:30	00:45
3 z 29 Dzień 1. Przerwa	Karolina Jung	17-09-2025	13:30	13:45	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
4 z 29 Dzień 1. Moduł 2. Strategie Social Media i identyfikacja grupy docelowej (teoria) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Karolina Jung	17-09-2025	13:45	14:30	00:45
5 z 29 Dzień 1. Moduł 2. Ćwiczenia: tworzenie persony klienta i benchmarking (praktyka) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Karolina Jung	17-09-2025	14:30	15:15	00:45
6 z 29 Dzień 2. Moduł 3. Content marketing i planowanie publikacji (teoria) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Karolina Jung	22-09-2025	12:00	12:45	00:45
7 z 29 Dzień 2. Moduł 3. Ćwiczenia: kalendarz treści i strategia publikacji dla branży (praktyka) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Karolina Jung	22-09-2025	12:45	13:30	00:45
8 z 29 Dzień 2. Przerwa	Karolina Jung	22-09-2025	13:30	13:45	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
9 z 29 Dzień 2. Moduł 4. Storytelling i budowanie relacji z odbiorcami (teoria) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Karolina Jung	22-09-2025	13:45	14:30	00:45
10 z 29 Dzień 2. Moduł 4. Ćwiczenia: tworzenie opowieści marki i angażujących postów (praktyka) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Karolina Jung	22-09-2025	14:30	15:15	00:45
11 z 29 Dzień 3. Moduł 5. Automatyzacja i AI w marketingu (teoria) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Karolina Jung	23-09-2025	12:00	13:30	01:30
12 z 29 Dzień 3. Przerwa	Karolina Jung	23-09-2025	13:30	13:45	00:15
13 z 29 Dzień 3. Moduł 5. Ćwiczenia: tworzenie treści reklamowych i automatyzacja publikacji (praktyka) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Karolina Jung	23-09-2025	13:45	15:30	01:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
14 z 29 Dzień 4. Moduł 6. Zakładanie konta reklamowego i przygotowanie do kampanii (teoria) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Karolina Jung	24-09-2025	12:00	13:30	01:30
15 z 29 Dzień 4. Przerwa	Karolina Jung	24-09-2025	13:30	13:45	00:15
16 z 29 Dzień 4. Moduł 6. Ćwiczenia: utworzenie konta reklamowego i podpięcie Piksela (praktyka) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Karolina Jung	24-09-2025	13:45	15:30	01:45
17 z 29 Dzień 5. Moduł 7. Planowanie i prowadzenie kampanii reklamowych (teoria) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Agnieszka Slipczuk	25-09-2025	10:00	12:00	02:00
18 z 29 Dzień 5. Przerwa	Agnieszka Slipczuk	25-09-2025	12:00	12:15	00:15
19 z 29 Dzień 5. Moduł 7. Ćwiczenia: zaplanowanie kampanii i ustawienie grupy odbiorców (praktyka) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Agnieszka Slipczuk	25-09-2025	12:15	14:30	02:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
20 z 29 Dzień 6. Moduł 8. Kreacje reklamowe i optymalizacja budżetu (teoria) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Agnieszka Slipczuk	26-09-2025	10:00	12:00	02:00
21 z 29 Dzień 6. Przerwa	Agnieszka Slipczuk	26-09-2025	12:00	12:15	00:15
22 z 29 Dzień 6. Moduł 8. Ćwiczenia: przygotowanie zestawu reklam i zaplanowanie budżetu kampanii (praktyka) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Agnieszka Slipczuk	26-09-2025	12:15	14:30	02:15
23 z 29 Dzień 7. Moduł 9. Analiza i optymalizacja wyników (teoria) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Agnieszka Slipczuk	29-09-2025	10:00	10:45	00:45
24 z 29 Dzień 7. Moduł 9. Ćwiczenia: interpretacja raportów i zaplanowanie działań optymalizacyjnych (praktyka) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Agnieszka Slipczuk	29-09-2025	10:45	11:45	01:00
25 z 29 Dzień 7. Przerwa	Agnieszka Slipczuk	29-09-2025	11:45	12:00	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
26 z 29 Dzień 7. Moduł 10. Social Selling – sprzedaż i pozyskiwanie klientów (teoria) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Agnieszka Slipczuk	29-09-2025	12:00	12:45	00:45
27 z 29 Dzień 7. Moduł 10. Ćwiczenia: tworzenie ofert sprzedażowych i wiadomości sprzedażowych (praktyka) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Agnieszka Slipczuk	29-09-2025	12:45	13:45	01:00
28 z 29 Dzień 7. Moduł 11. Podsumowanie szkolenia (teoria) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Agnieszka Slipczuk	29-09-2025	13:45	14:00	00:15
29 z 29 Dzień 7. Walidacja efektów uczenia się Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	-	29-09-2025	14:00	14:30	00:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	7 564,50 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	6 150,00 PLN

Koszt osobogodziny brutto

210,13 PLN

Koszt osobogodziny netto

170,83 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 2



1 z 2

Agnieszka Slipczuk

Ekspertka ds. Strategii Sprzedaży i Komunikacji, doświadczona liderka zespołów sprzedażowych i partnerka w rozwoju biznesu. Specjalizuje się w tworzeniu oraz wdrażaniu innowacyjnych strategii sprzedażowych, które skutecznie wspierają wzrost przychodów i efektywność zespołów handlowych. Łącząc strategiczne podejście z kreatywną wizją, konsekwentnie wspiera przedsiębiorców i zespoły sprzedażowe w osiąganiu pełni ich potencjału, wzmacniając lojalność klientów i realizując cele budżetowe. W ciągu ostatnich 5 lat zdobyła certyfikaty potwierdzające ukończenie kursu Social Media Manager (kod zawodu 243110) oraz Szkoły Wirtualnej Asysty (kod zawodu 411090). Posiada doświadczenie w prowadzeniu szkoleń ze sprzedaży w social mediach, z naciskiem na praktyczne zastosowanie narzędzi komunikacyjnych i budowanie zaangażowania online.



2 z 2

Karolina Jung

Ekspertka w zakresie strategii marketingowej i komunikacji w mediach społecznościowych. Na co dzień wspiera marki osobiste i małe firmy w budowaniu silnej obecności online, koncentrując się na działaniach, które realnie przekładają się na wzrost sprzedaży i zaangażowania. Specjalizuje się w opracowywaniu kompleksowych strategii social media – obejmujących kampanie reklamowe, komunikację opartą na wartościach oraz działania sprzedażowe. Jej podejście łączy kompetencje z zakresu marketingu, psychologii konsumenckiej, projektowania graficznego i storytellingu, co czyni jej programy szkoleniowe wyjątkowo trafnymi i praktycznymi. W ciągu ostatnich 5 lat zdobyła certyfikaty i dyplomy potwierdzające m.in. ukończenie kursu Social Media Manager (kod zawodu 243110), Strategii Social Media Marketingowej oraz Szkoły Wirtualnej Asysty. Ukończyła także liczne szkolenia m.in. z tworzenia skutecznych treści, psychologii sprzedaży, AI, Canvy oraz podejmowania decyzji zakupowych przez klientów. Jako trenerka prowadzi warsztaty i szkolenia strategiczne z zakresu marketingu internetowego i sprzedaży w mediach społecznościowych. Jej programy cenione są za konkretną strukturę, jasny przekaz oraz skuteczność w praktycznym wdrażaniu działań marketingowych.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnik otrzymuje skrypt szkoleniowy przygotowany przez Unico Sp. z o.o.

Informacje dodatkowe

Podany termin szkolenia ma charakter orientacyjny. Po zapisie termin zostanie uzgodniony, aby jak najlepiej dopasować go do potrzeb Uczestnika.

Unico Sp. z o.o. zapewnia salę szkoleniową z osobnymi stanowiskami dla każdego Uczestnika. Sale są dostosowane do wymogów sanitarno-epidemiologicznych oraz wymogów BHP. Każde szkolenie w Unico jest ubezpieczone.

Usługa szkoleniowa jest zwolniona z podatku VAT, pod warunkiem że dofinansowanie pokrywa co najmniej 70% kosztów szkolenia. W przypadku mniejszego wsparcia finansowego, do ceny netto usługi dodawany jest podatek VAT w wysokości 23%.

Przepis na podstawie którego stosowane jest zwolnienie od podatku (stawka VAT zw.): Zwolnienie z podatku VAT na podstawie §3 ust. 1 pkt 14 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20.12.2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień (Dz.U. z 2015 r., poz. 736).

Warunki techniczne

Platforma / rodzaj komunikatora, za pośrednictwem którego prowadzona będzie usługa

- Platforma Zoom (<https://zoom.us/>)

Minimalne wymagania sprzętowe, jakie musi spełniać komputer uczestnika lub inne urządzenie do zdalnej komunikacji

- Komputer, laptop lub tablet z dostępem do internetu.
- Procesor: Minimalnie jednordzeniowy 1 GHz, zalecany dwurdzeniowy 2 GHz lub lepszy (np. Intel i3/i5/i7 lub AMD ekwiwalent).
- Pamięć RAM: Minimalnie 2 GB, zalecane 4 GB lub więcej.

Minimalne wymagania dotyczące parametrów łącza sieciowego, jakim musi dysponować uczestnik

- Minimalna prędkość łącza: 600 kb/s dla wideo wysokiej jakości, zalecane minimum 1,2 Mb/s dla wideo 720p i 3,8 Mb/s dla wideo 1080p.

Niezbędne oprogramowanie umożliwiające uczestnikom dostęp do prezentowanych treści i materiałów

- System operacyjny: Windows 7 lub nowszy, macOS 10.10 lub nowszy, Linux, iOS, Android.
- Zainstalowana aktualna wersja jednej z przeglądarek: Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, Edge lub Opera.
- Nie ma potrzeby instalowania specjalnego oprogramowania, ale dostęp do aplikacji Zoom może poprawić jakość połączenia.

Okres ważności linku umożliwiającego uczestnictwo w spotkaniu online

- Link jest ważny do momentu zakończenia spotkania lub webinaru.

Zalecane parametry łącza internetowego

- Łącze internetowe o minimalnej przepustowości 600 kb/s dla wideo wysokiej jakości, zalecane minimum 1,2 Mb/s dla wideo 720p i 3,8 Mb/s dla wideo 1080p. Dla grupowych połączeń wideo zalecane 1,0 Mb/s dla wideo wysokiej jakości i do 3,8 Mb/s dla wideo 1080p. Udostępnianie ekranu bez miniaturki wideo wymaga 50–75 kb/s, z miniaturką 50–150 kb/s. Audio VoIP: 60–80 kb/s, Zoom Phone: 60–100 kb/s.

Kontakt



Rafał Lisser

E-mail kontakt@unico.org.pl

Telefon (+48) 724 787 771