



AKADEMIA
POLSKIEGO
DOMINIKA
LEWANDOWSKA

Brak ocen dla tego dostawcy

Prawne i psychologiczne aspekty roli mediów społecznościowych w budowaniu marki osobistej oraz rozwijaniu przedsiębiorstwa

Numer usługi 2025/08/17/187569/2943328

📍 Łódź / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 68 h

📅 29.09.2025 do 16.10.2025

6 800,00 PLN brutto

6 800,00 PLN netto

100,00 PLN brutto/h

100,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Sprzedaż
Grupa docelowa usługi	Osoby dorosłe rozwijające kompetencje – chcące budować markę osobistą i lepiej promować się zawodowo. Przedsiębiorcy i freelancerzy – właściciele firm, startupów i osoby oferujące usługi, które chcą zdobywać klientów online. Influencerzy i twórcy treści – początkujący i zaawansowani, chcący zwiększać zasięgi i lepiej rozumieć algorytmy. Osoby bezrobotne – pragnące podnieść kwalifikacje i wyróżnić się w procesach rekrutacyjnych. Organizacje i instytucje – pracownicy fundacji, stowarzyszeń, którzy chcą skutecznie komunikować w sieci swoje inicjatywy
Minimalna liczba uczestników	1
Maksymalna liczba uczestników	5
Data zakończenia rekrutacji	22-09-2025
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	68
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Standard Usług Szkoleniowo-Rozwojowych SUS 3.0

Cel

Cel edukacyjny

Celem usługi jest przygotowanie psychologów pracujących w fundacjach do świadomego i zgodnego z prawem korzystania z social mediów, tak aby mogli skutecznie i bezpiecznie promować swoją działalność, projekty oraz usługi w Internecie i budować trwałe relacje z odbiorcami. Usługa skierowana jest także do innych osób dorosłych aktywnych zawodowo lub poszukujących pracy, które chcą rozwijać kompetencje w obszarze budowania marki osobistej, promocji zawodowej oraz skutecznej komunikacji online.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Planuje strategie treści w mediach społecznościowych.	Rozpoznaje kluczowe elementy strategii treści. Wskazuje odpowiednie kanały dla różnych grup docelowych (Instagram, Tik-Tok, Facebook, Treats, LinkedIn).	Test teoretyczny
Tworzy elementy graficzne w programie Canva i aplikacji Zebra.	Odróżnia różne zasady budowania kompozycji. Potrafi dopasować format materiałów wizualnych do wymagań wybranych mediów społecznościowych.	Test teoretyczny
Montuje i edytuje wideo w CapCut oraz Edits.	Wskazuje podstawowe narzędzia CapCut i Edits. Rozróżnia właściwe formaty wideo zgodnie z potrzebami mediów społecznościowych.	Test teoretyczny
Wykorzystuje AI w zarządzaniu treściami w mediach społecznościowych.	Rozpoznaje narzędzia sztucznej inteligencji wspierające automatyzację procesów. Identyfikuje procesy możliwe do usprawnienia dzięki AI.	Test teoretyczny
Zna podstawy cyberbezpieczeństwa obowiązujące w sieci.	Rozróżnia zagrożenia w sieci. Identyfikuje podstawowe zasady ochrony praw autorskich.	Test teoretyczny
Rozpoznaje podstawowe regulacje prawne związane z działalnością w social mediach (RODO, prawa autorskie, prawo cytatu, ochrona wizerunku)	Rozróżnia podstawowe akty prawne dotyczące ochrony wizerunku i zachowywania się w social mediach	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

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

29.09 – Wprowadzenie do zawodu kreatora treści

Definicja marki osobistej i podstawowe obowiązki prawne twórcy internetowego (Kodeks cywilny – ochrona dóbr osobistych, ustawa o prawie autorskim, ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym).

Przegląd najpopularniejszych platform społecznościowych (Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn, Pinterest, Telegram) oraz skutki prawne korzystania z ich regulaminów (Prawo telekomunikacyjne, Digital Services Act).

Zasady działania platform i algorytmów – jak wpływają na zasięg i widoczność treści.

Obowiązki prawne dotyczące publikacji i przetwarzania danych (RODO, ustawa o ochronie danych osobowych, ustawa o świadczeniu usług drogą elektroniczną).

Odpowiedzialność za treści i interakcje użytkowników (Kodeks cywilny – naruszenie dóbr osobistych, Kodeks karny – zniesławienie i zniewaga).

Reklama i promocja w social mediach – wymogi prawne i wytyczne UOKiK/KRRiT (ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym).

30.09 – Montaż i edycja wideo w formacie pionowym

Narzędzia do edycji

Praktyczne wykorzystanie programów takich jak CapCut oraz Edits do tworzenia atrakcyjnych materiałów wideo.

Aspekt prawny: Ustawa o prawie autorskim i prawach pokrewnych (1994 r.) – korzystanie z muzyki, grafik i efektów w edycji.

Platformy docelowe

Specyfika publikacji wideo pionowych na TikToku, Instagram Reels i YouTube Shorts.

Aspekt prawny: Ustawa o świadczeniu usług drogą elektroniczną (2002 r.) – obowiązki wynikające z korzystania z platform i ich regulaminów.

Podstawy montażu

Nauka przycinania, łączenia klipów, dodawania efektów wizualnych i dźwiękowych.

Aspekt prawny: RODO (Rozporządzenie UE 2016/679) – ochrona danych osobowych przy wykorzystaniu wizerunku osób w materiałach.

Dostosowanie wideo do platform

Wybór proporcji, rozdzielczości i długości nagrań.

Aspekt prawny: Kodeks cywilny (art. 23–24 KC) – ochrona wizerunku jako dobro osobiste.

Optymalizacja pod algorytmy

Tworzenie chwytliwych nagłówków, efektów i muzyki zwiększających zaangażowanie.

Aspekt prawny: Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (2007 r.) – oznaczanie treści reklamowych i sponsorowanych.

01.10 – Warsztaty grafika w rozwoju marki osobistej i biznesu

Podstawy grafiki i designu – zasady kompozycji, kolorystyki, typografii i układu wizualnego.

Aspekt prawny: Ustawa o prawie autorskim i prawach pokrewnych (1994 r.) – ochrona grafik i projektów.

Budowanie identyfikacji wizualnej marki – projektowanie logo, dobór kolorów i stylu spójnego dla wszystkich materiałów.

Aspekt prawny: Prawo własności przemysłowej (2000 r.) – rejestracja znaków towarowych.

Grafika w mediach społecznościowych i materiałach promocyjnych – tworzenie atrakcyjnych grafik dopasowanych do grupy docelowej.

Aspekt prawny: Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (1993 r.) – ochrona przed kopiowaniem cudzych materiałów.

Praktyczne narzędzia i storytelling wizualny.

06.10 – Warsztaty AI w marketingu

Wprowadzenie do AI i ChatGPT w marketingu – rola sztucznej inteligencji w komunikacji z klientem.

Aspekt prawny: Projekt rozporządzenia AI Act (UE, 2024) – regulacje dotyczące wykorzystania AI.

Przykłady zastosowań AI w marketingu – copywriting, analiza trendów, automatyzacja.

Tworzenie treści marketingowych z pomocą ChatGPT – generowanie postów, artykułów, newsletterów i opisów produktów.

Aspekt prawny: RODO (2016/679) – ochrona danych osobowych przy personalizacji treści.

07.10 – Badanie konkurencji

Zapoznanie się z konkurencyjnymi profilami – analiza co działa, a co nie.

Aspekt prawny: Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (1993 r.) – granice legalnego benchmarkingu.

Interakcje z potencjalnymi klientami – jak przyciągać uwagę obserwatorów konkurencji.

Określenie strategii działania konkurencji – analiza linków, produktów i działań w social mediach.

09.10 – TikTok jako bezpłatny instrument rozwoju marki

Potencjał TikToka w pozyskiwaniu klientów – analiza zasięgów.

Aspekt prawny: Ustawa o świadczeniu usług drogą elektroniczną (2002 r.) – regulaminy platform.

Tworzenie angażujących treści wideo – materiały edukacyjne, inspirujące i promocyjne.

Budowanie relacji i zaangażowania odbiorców.

Konwersja i ścieżki działań marketingowych – strategie kierowania ruchu na stronę lub sklep.

10.10 – Facebook jako sposób rozwoju marki

Analiza zasięgu organicznego i płatnego.

Aspekt prawny: Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (2007 r.) – oznaczanie treści reklamowych.

Tworzenie angażujących treści – posty, grafiki, wideo.

Prowadzenie grup i komunikacji z klientami.

Kampanie reklamowe i remarketing.

13.10 – LinkedIn jako narzędzie B2B

Budowanie profesjonalnego wizerunku i sieci kontaktów.

Aspekt prawny: Kodeks cywilny (art. 23–24 KC) – ochrona wizerunku i danych osobowych.

Tworzenie wartościowych treści – posty, artykuły, materiały wideo.

Networking i budowanie relacji biznesowych.

Konwersja i generowanie leadów.

14.10 - Threads

Poznanie specyfiki platformy Threads oraz podstaw prawnych jej użytkowania (RODO, prawo autorskie, Digital Services Act).

Zrozumienie zasad budowania marki osobistej – spójność wizerunku, grupa docelowa, etyka komunikacji.

Opanowanie strategii komunikacji na Threads – algorytm, angażujące treści, storytelling.

Budowanie zaufania poprzez autentyczność, transparentność i prawidłowe oznaczanie treści reklamowych.

Praktyczne ćwiczenia w tworzeniu postów i opracowanie mini-strategii marki osobistej uczestnika.

15.10 - Zasady budowania marki osobistej na Instagramie

Poznanie specyfiki Instagrama oraz podstaw prawnych korzystania z platformy (RODO, prawo autorskie, regulaminy).

Zrozumienie zasad budowania marki osobistej w kontekście wizualnym – spójność estetyki, profil i feed.

Opanowanie strategii komunikacji – wykorzystanie stories, reels, postów i hashtagów dla zwiększenia zasięgów.

Budowanie zaufania poprzez autentyczność, storytelling wizualny i prawidłowe oznaczanie współprac.

Praktyczne ćwiczenia: tworzenie treści wizualnych zgodnych z prawem i opracowanie mini-strategii marki osobistej uczestnika.

16.10 – Bezpieczeństwo w mediach społecznościowych

Podsumowanie szkolenia.

Test i walidacja.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 12

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 12 Wprowadzenie do zawodu kreatora treści	Dominika Lewandowska	29-09-2025	08:00	16:00	08:00
2 z 12 Montaż i edycja wideo w formacie pionowym	Dominika Lewandowska	30-09-2025	08:00	14:00	06:00
3 z 12 Warsztaty grafika w rozwoju marki osobistej i biznesu	Dominika Lewandowska	01-10-2025	08:00	14:00	06:00
4 z 12 Warsztaty AI w marketingu	Dominika Lewandowska	06-10-2025	08:00	16:00	08:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
5 z 12 Badanie konkurencji	Dominika Lewandowska	07-10-2025	10:00	15:00	05:00
6 z 12 TikTok jako bezpłatny instrument rozwoju marki	Dominika Lewandowska	09-10-2025	08:00	14:00	06:00
7 z 12 Facebook jako sposób rozwoju marki	Dominika Lewandowska	10-10-2025	08:00	14:00	06:00
8 z 12 LinkedIn jako narzędzie B2B	Dominika Lewandowska	13-10-2025	08:00	16:00	08:00
9 z 12 Threads	Dominika Lewandowska	14-10-2025	10:00	14:00	04:00
10 z 12 Zasady budowania marki osobistej na Instagramie	Dominika Lewandowska	15-10-2025	08:00	15:00	07:00
11 z 12 Bezpieczeństwo w mediach społecznościowych.	Dominika Lewandowska	16-10-2025	08:00	11:00	03:00
12 z 12 Walidacja. Test.	Andrzej Pinkowski	16-10-2025	11:00	12:00	01:00

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	6 800,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	6 800,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	100,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	100,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 2



1 z 2

Dominika Lewandowska

Dominika Lewandowska – absolwentka prawa i administracji na Wydziale Prawa i Administracji Uniwersytetu Łódzkiego, wykładowczyni w Wyższej Szkole Biznesu i Nauk o Zdrowiu w Łodzi. Od pięciu lat prowadzi własną szkołę językową Akademię Polskiego, którą aktywnie rozwija dzięki skutecznemu wykorzystaniu mediów społecznościowych, m.in. na Instagramie, TikToku, Facebooku, Treats i Telegramie.

Jako trenerka i szkoleniowiec prowadzi warsztaty w różnych językach i obszarach tematycznych – od szkoleń językowych, przez rozwój marki osobistej, prawa pracy jak również ochrony wizerunku w sieci i kreatywnego podejścia do biznesu, po kompetencje przyszłości (4K) i psychologię polskiego klienta. Jej szkolenia kierowane są do firm, fundacji, influencerów oraz przedsiębiorców w różnym wieku, a ich celem jest nie tylko przekazanie wiedzy, ale także zainspirowanie i zmotywowanie uczestników do działania.

Na szkoleniu z mediów społecznościowych Dominika dzieli się praktycznym doświadczeniem, pokazując jak skutecznie budować wizerunek, przyciągać uwagę odbiorców i zamieniać obserwatorów w lojalnych klientów.



2 z 2

Andrzej Pinkowski

Absolwent prawa (Uniwersytet Łódzki, 2017), wykładowca w Społecznej Akademii Nauk. Od lat związany z mediami i komunikacją – pracuje jako dziennikarz i lektor, a także realizował liczne projekty promocyjne. Łączy wiedzę prawniczą z praktyką w obszarze social mediów i marketingu, co pozwala mu skutecznie oceniać działania komunikacyjne pod względem merytorycznym i wizerunkowym.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnik szkolenia otrzyma materiały w formie prezentacji oraz wydrukowanych wordbook-ów.

Warunki uczestnictwa

Pozyskanie bonu szkoleniowego.

Adres

ul. Piotrkowska 125/2

90-430 Łódź

woj. łódzkie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Wi-fi

Kontakt



Dominika Lewandowska

E-mail lewandowskanika12@gmail.com

Telefon (+48) 789 115 975