



DIGITAL BRAND
MAGDALENA
GŁOMSKA

★★★★★ 4,6 / 5
1 804 oceny

Szkolenie ABC Marketingu w Social Mediach. Facebook i Instagram dla początkujących. Strategia komunikacji z elementami AI jako element budowania wizerunku w sieci - 2 dni. [Bony Rozwojowe]

Numer usługi 2025/10/03/118911/3056355

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 12 h

📅 18.12.2025 do 19.12.2025

1 080,00 PLN brutto

1 080,00 PLN netto

90,00 PLN brutto/h

90,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Identyfikatory projektów

Małopolski Pociąg do kariery, Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe, Kierunek - Rozwój

Grupa docelowa usługi

Oferta dedykowana jest dla:

- Jednoosobowych działalności gospodarczych
- Przedsiębiorstw, korporacji i dużych firm - prezesów i właścicieli
- Osób zarządzających działami - dyrektorów, menedżerów i kierowników
- Zespołów sprzedażowych i marketingowych - projekt managerów
- osób fizycznych
- Uczestników projektu Kierunek-Rozwój
- Uczestników projektu Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe
- Uczestników projektu Bony rozwojowe
- Usługa również jest adresowana do uczestników Projektu MP oraz dla uczestników projektu NSE
- Usługa również adresowana dla Uczestników Projektu "Małopolski pociąg do kariery - sezon 1" i/lub dla Uczestników Projektu "Nowy start w Małopolsce z EURESem".
- osób nieposiadających wiedzy w zakresie prowadzenia Facebooka i Instagrama

Szkolenie dedykowane jest dla osób początkujących.

Minimalna liczba uczestników

3

Maksymalna liczba uczestników

10

Data zakończenia rekrutacji

16-12-2025

Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	12
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje uczestników do skutecznego wykorzystania Facebooka i Instagrama w promocji marki. Szkolenie uczy podstaw obsługi, tworzenia angażujących treści, budowania strategii komunikacji z elementami AI oraz korzystania z narzędzi Meta.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik poznaje podstawowe zasady funkcjonowania Facebooka i Instagrama.	poznaje różnice między kontem prywatnym a firmowym	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	poznaje najczęstsze błędy związane z bezpieczeństwem	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik analizuje działanie algorytmów Facebooka i Instagrama	analizuje czynniki wpływające na widoczność postów	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	analizuje różnice w sposobie działania algorytmu obu platform	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik opracowuje strategię komunikacji marki w social mediach	dobiera plan publikacji do określonej grupy odbiorców	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	selekcjonuje treści zgodne z zasadami angażującej komunikacji	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik definiuje zasady tworzenia kampanii reklamowej w Meta Bussines	definiuje cele reklamowe	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	definiuje podstawowe grupy docelowe i tworzy grupy na podstawie zainteresowań	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

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

Usługa zdalna w czasie rzeczywistym, szkolenie realizowane jest w godzinach dydaktycznych 45 min.

Szkolenie dedykowane jest dla osób początkujących, nie posiadających wiedzy z zakresu posiadania konta firmowego na Facebooku i Instagramie.

Przerwy nie są wliczone w czas trwania usługi.

Liczba godzin praktycznych: 10h

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.

Trener: Magdalena Głomska

Przeprowadzenie testu wiedzy (pre-test w ramach walidacji)

Blok I: Wprowadzenie do marketingu-teoria+ praktyka

- Definicja i znaczenie marketingu we współczesnym biznesie.
- Kluczowe koncepcje marketingowe: 4P (Product, Price, Place, Promotion).
- Rola marketingu w budowaniu wartości firmy.

Analiza rynku i segmentacja

- Metody analizy rynku: badania rynku, analiza konkurencji,
- Segmentacja rynku: profilowanie grupy docelowej, tworzenie persony.

Blok II: Facebook – od podstaw do skutecznych działań - teoria + praktyka

Pierwsze kroki na Facebooku. Omówienie podstawowych funkcji i różnic między profilami - od czego zaczynamy. Zakładanie konta firmowego na Facebooku.

1. Konto prywatne a strona firmowa – różnice i zasady.
2. Najczęstsze błędy zagrażające bezpieczeństwu i jak ich unikać.
3. Ustawienia fanpage'a krok po kroku – co warto skonfigurować od razu.
4. Meta Business Suite – planowanie postów, rolek i relacji.
5. Algorytm Facebooka – co wpływa na widoczność treści.
6. Tworzenie angażujących postów i przykłady dobrych praktyk.

Blok III: Strategia komunikacji i budowanie wizerunku - teoria + praktyka

1. Dlaczego marka potrzebuje spójnej komunikacji w social mediach.

2. Definiowanie grupy docelowej – do kogo naprawdę mówimy.
3. Język, ton i styl – jak budować rozpoznawalny charakter marki.
4. Storytelling i autentyczność jako klucz do zaangażowania.
5. Planowanie treści – kalendarz publikacji krok po kroku.
6. AI w marketingu – jak wykorzystać narzędzia do pomysłów i treści.
7. Przykłady prostych strategii komunikacji dla początkujących marek.

Blok IV: Instagram – narzędzia i formaty dla początkujących - teoria + praktyka

Pierwsze kroki na Instagramie. Omówienie podstawowych funkcji i różnic między profilem prywatnym, twórcy i biznesowym - od czego zaczynamy. Zakładanie konta biznesowego na Instagramie.

1. Profesjonalny profil – biogram, siatka zdjęć, wyróżnione relacje.
2. Rodzaje treści: zdjęcia, karuzele, rolki, relacje – jak je łączyć.
3. Algorytm Instagrama – co działa dziś, a co już nie.
4. Hashtagi, muzyka, hooki – elementy zwiększające zasięg i uwagę.
5. Różnice między relacjami a rolkami – jak wykorzystać oba formaty.
6. Teksty w postach – czy nadal mają znaczenie?

Blok IV: Meta – narzędzia i reklama - teoria + praktyka

1. Portfolio Firmowe (Business Manager) – czym jest i po co go używać.
2. Dodawanie stron i kont reklamowych do Portfolio Firmowego.
3. Nadawanie ról i uprawnień pracownikom i współpracownikom.
4. Budżet, grupa docelowa, miejsca emisji – praktyczne ustawienia.
5. Różnice między reklamą a postem sponsorowanym.
6. Tworzenie pierwszej kampanii reklamowej – struktura i cele.
7. Zmiany algorytmów w systemie Meta w 2026
8. Sztuczna inteligencja w Meta Business – „Advantage+” - kiedy korzystać, a kiedy nie

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

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 10

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 10 Przeprowadzenie testu wiedzy (pre-test w ramach walidacji)	-	18-12-2025	10:45	11:00	00:15
2 z 10 Blok I: Wprowadzenie do marketingu - teoria + praktyka	Magdalena Głomska	18-12-2025	11:00	12:15	01:15
3 z 10 Przerwa	Magdalena Głomska	18-12-2025	12:15	12:30	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
4 z 10 Blok II: Facebook – od podstaw do skutecznych działań - teoria + praktyka	Magdalena Głomska	18-12-2025	12:30	14:00	01:30
5 z 10 Przerwa	Magdalena Głomska	18-12-2025	14:00	14:15	00:15
6 z 10 Blok III: Strategia komunikacji i budowanie wizerunku - teoria + praktyka	Magdalena Głomska	18-12-2025	14:15	15:45	01:30
7 z 10 Blok IV: Instagram – narzędzia i formaty dla początkujących - teoria + praktyka	Magdalena Głomska	19-12-2025	08:00	10:00	02:00
8 z 10 Przerwa	Magdalena Głomska	19-12-2025	10:00	10:30	00:30
9 z 10 Blok IV: Meta – narzędzia i reklama - teoria + praktyka	Magdalena Głomska	19-12-2025	10:30	12:45	02:15
10 z 10 Przeprowadzenie testu wiedzy (post-test w ramach walidacji).	-	19-12-2025	12:45	13:00	00:15

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	1 080,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 080,00 PLN

Koszt osobogodziny brutto

90,00 PLN

Koszt osobogodziny netto

90,00 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. Píše 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 prezentację ze szkolenia, a także certyfikat szkolenia.

Zwolnienie z podatku VAT na podstawie:

- art. 43 ust. 1 pkt 29 lit. c ustawy z dnia 11 marca 2004 r. o podatku od towarów i usług,
- § 3 ust. 1 pkt 14 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20 grudnia 2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień (Dz.U. z 2025 r. poz. 832).

Warunki uczestnictwa

Wymogi unijne związane z realizacją szkolenia z dofinansowaniem:

- Logowanie się pełnym imieniem i nazwiskiem
- Włączona kamera oraz dostęp do mikrofonu

Niespełnienie powyższych może skutkować brakiem dofinansowania

- Warunkiem uzyskania zaświadczenia jest uczestnictwo w co najmniej 80%- 100% (w zależności od programu dofinansowania i podpisanej umowy z Operatorem) zajęć usługi rozwojowej
- W ramach realizacji usług szkoleniowych, Organizator utrwała wizerunek Uczestników w formie nagrań wideo, fotografii lub innych materiałów audiowizualnych wyłącznie w celach archiwizacyjnych, kontrolnych oraz dokumentacyjnych związanych z projektem dofinansowanym.
- Uczestnik zapisując się na szkolenie wyraża zgodę na utrwalenie i wykorzystanie jego wizerunku w wyżej wymienionych celach.
- Organizator nie udostępnia nagrań Uczestnikom po szkoleniu.

Regulamin świadczenia usług szkoleniowych znajduje się na stronie:

<https://digitalbrand.com.pl/>

Informacje dodatkowe

Szkolenie prowadzone jest w godzinach dydaktycznych (8 godzin dydaktycznych = 6 godzin zegarowych)

Zawarto Umowę z UP Toruń

Zawarto umowę z Wojewódzkim Urzędem Pracy w Szczecinie na świadczenie usług rozwojowych z wykorzystaniem elektronicznych bonów szkoleniowych w ramach projektu Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe

Szkolenie prowadzone jest w godzinach dydaktycznych (8 godzin dydaktycznych = 6 godzin zegarowych)

Jak przygotować się do szkolenia aby było jeszcze bardziej efektywne?

- Załóż konto prywatne na Facebooku oraz Instagramie

Warunki techniczne

Rekomendowane warunki techniczne:

- Procesor dwurdzeniowy 2GHz lub lepszy (zalecany czterordzeniowy);
- 2GB pamięci RAM (zalecane 4GB lub więcej);
- System operacyjny taki jak Windows 8 (zalecany Windows 11), Mac OS wersja 10.13 (zalecana najnowsza wersja), Linux, Chrome OS.
- Szkolenie realizowane jest na platformie Google Meet. 3 dni przed szkoleniem Uczestnicy otrzymają link do szkolenia.
- Link jest aktywny od rozpoczęcia szkolenia do daty jego zakończenia
- Ponieważ Google Meet jest platformą opartą na przeglądarce, wymagane jest korzystanie z Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, Edge (Chromium), Yandex lub Opera. Należy korzystać z najaktualniejszej oficjalnej wersji wybranej przeglądarki.
- Aby mieć pewność, że możemy wziąć udział w wydarzeniu bez jakichkolwiek problemów, warto przed szkoleniem sprawdzić działanie platformy, dźwięku i kamery za pomocą udostępnionego podczas logowania **Testu konfiguracji systemu** i postępować zgodnie z instrukcją
- **Działająca kamera i mikrofon** w celu POTWIERDZENIA I UDOKUMENTOWANIA SWOJEJ OBECNOŚCI PODCZAS SZKOLENIA (
- warunek obligatoryjny dla szkoleń z dofinansowaniem
-)
- Urządzenie pozwalające na swobodny udział w szkoleniu (laptop/tablet/telefon – preferowany laptop/komputer)
- Stabilne połączenie z Internetem
- Rekomendujemy, aby podczas szkolenia móc korzystać z dwóch monitorów – na jednym, żeby była wyświetlana szkolenie i prezentowane funkcjonalności, na drugim będą Państwo mogli pracować niemalże jednocześnie wraz z Trenerem. Drugim monitorem może być drugi komputer, telewizor lub tablet.

Kontakt



Magdalena Głomska

E-mail biuro@digitalbrand.com.pl

Telefon (+48) 505 139 506