



Fundacja
Gospodarcza "Pro
Europa"

★★★★★ 4,5 / 5

87 ocen

„Social media bez spiny – prosty system promocji firmy”

Numer usługi 2026/02/13/7831/3331399

📍 Toruń

🏢 Usługa szkoleniowa

📅 stacjonarna

🕒 06:00 h

📅 03.06.2026 do 03.06.2026

599,00 PLN brutto

599,00 PLN netto

99,83 PLN brutto/h

99,83 PLN netto/h

225,33 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Sprzedaż
Grupa docelowa usługi	Właściciele małych firm, mikroprzedsiębiorcy oraz osoby odpowiedzialne za marketing i komunikację w firmie, które samodzielnie prowadzą lub planują prowadzić działania w social mediach (np. Facebook, Instagram, LinkedIn) i chcą zwiększyć widoczność marki oraz pozyskiwać klientów online.
Minimalna liczba uczestników	8
Maksymalna liczba uczestników	12
Data zakończenia rekrutacji	22-05-2026
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	6
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

Celem szkolenia jest rozwinięcie kompetencji uczestników w zakresie samodzielnego planowania, prowadzenia i optymalizacji działań marketingowych w social mediach, tak aby skutecznie zwiększać widoczność firmy, budować relacje z klientami oraz generować sprzedaż przy wykorzystaniu dostępnych, niskobudżetowych narzędzi online.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
uczestnik zna i rozumie: rolę social media w marketingu i sprzedaży małej firmy, specyfikę oraz możliwości najpopularniejszych platform społecznościowych (np. Facebook, Instagram, LinkedIn), podstawowe pojęcia z zakresu marketingu internetowego (zasięg, zaangażowanie, konwersja, grupa docelowa, lejek sprzedażowy), zasady tworzenia strategii komunikacji i planowania treści (content plan), dobre praktyki tworzenia angażujących postów, grafik i krótkich materiałów wideo, dostępne narzędzia do planowania publikacji, automatyzacji oraz analizy wyników działań, podstawy prowadzenia kampanii reklamowych w social media przy ograniczonym budżecie, znaczenie analizy danych i mierzenia efektywności działań marketingowych.	Uczestnik poprawnie odpowiada na minimum 70% pytań testu sprawdzającego wiedzę z zakresu: zasad działania social media, planowania strategii komunikacji, tworzenia treści, podstaw kampanii reklamowych, analizy wyników działań marketingowych.	Wywiad swobodny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
uczestnik potrafi: określić cele marketingowe i dobrać odpowiednie kanały social media do swojej branży, zdefiniować grupę docelową i dopasować komunikację do odbiorców, opracować prostą strategię obecności firmy w social media, przygotować harmonogram publikacji i plan treści na minimum 30–90 dni, samodzielnie tworzyć posty sprzedażowe, wizerunkowe i edukacyjne, projektować podstawowe materiały graficzne i treści multimedialne z wykorzystaniem dostępnych narzędzi online, publikować i moderować treści oraz komunikować się z odbiorcami, skonfigurować i uruchomić prostą kampanię reklamową, analizować statystyki i wyciągać wnioski do optymalizacji działań, ocenić skuteczność działań na podstawie mierzalnych wskaźników.	Uczestnik samodzielnie opracowuje: zarys strategii działań w social media dla swojej firmy, plan publikacji (min. 7–10 postów),	Wywiad swobodny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
samodzielnie planuje i organizuje działania marketingowe swojej firmy w internecie, podejmuje świadome decyzje dotyczące wyboru narzędzi i budżetu promocyjnego, wykazuje kreatywność w tworzeniu treści i komunikacji z klientami, systematycznie monitoruje efekty i doskonali swoje działania, rozumie znaczenie profesjonalnej, spójnej komunikacji marki, jest gotowy do ciągłego rozwijania kompetencji cyfrowych i marketingowych, odpowiedzialnie i etycznie prowadzi komunikację online.	samodzielnie planuje działania marketingowe	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

Moduł 1. Rola social media w małym biznesie (45 min)

- trendy i możliwości marketingu online dla MŚP
- charakterystyka platform: Facebook, Instagram, LinkedIn

- wybór kanałów do branży i typu klienta
- najczęstsze błędy małych firm
- Ćwiczenie: analiza własnej obecności online

Moduł 2. Strategia i plan działań (75 min)

- cele marketingowe i sprzedażowe w social media
- definiowanie grupy docelowej (persona klienta)
- lejek sprzedażowy i ścieżka klienta
- budowa prostej strategii komunikacji
- tworzenie harmonogramu publikacji
- **Ćwiczenie:** opracowanie mini strategii dla własnej firmy

Przerwa (15 min)

Moduł 3. Tworzenie angażujących treści (90 min)

- typy postów: sprzedażowe, wizerunkowe, edukacyjne
- copywriting w social media (nagłówki, CTA, storytelling)
- grafiki, wideo, rolki – co działa najlepiej
- narzędzia do szybkiego tworzenia treści
- **Ćwiczenie:** przygotowanie 3 gotowych postów

Przerwa (15 min)

Moduł 4. Reklama i zwiększanie zasięgów (60 min)

- podstawy kampanii płatnych
- dobór celów reklamowych i budżetu
- konfiguracja prostej kampanii krok po kroku
- promocja lokalnego biznesu niskim kosztem
- **Ćwiczenie:** projekt kampanii reklamowej

Moduł 5. Analiza wyników i optymalizacja (45 min)

- kluczowe wskaźniki efektywności (KPI)
- interpretacja statystyk i raportów
- co poprawiać, co skalować
- plan działań na 30–90 dni
- **Ćwiczenie:** indywidualny plan wdrożenia

Podsumowanie i walidacja efektów (15 min)

- konsultacje i rekomendacje trenera
- wywiad swobodny
- wymiana doświadczeń

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 1

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 1 „Social media bez spiny – prosty system promocji firmy”	AGNIESZKA KMINIKOWSKA-SZWICHTENBERG	03-06-2026	09:00	15:00	06:00

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	599,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	599,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	99,83 PLN
Koszt osobogodziny netto	99,83 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

AGNIESZKA KMINIKOWSKA-SZWICHTENBERG

doświadczona ekspertka w obszarze komunikacji, ESG (Environmental, Social, Governance), HR i PR. Posiada ponad 20-letnie doświadczenie zawodowe w strategicznej komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej, zarządzaniu mediami społecznościowymi, blogami oraz relacjami z mediami. Kierowała projektami z zakresu CSR i zrównoważonego rozwoju, łącząc działania wizerunkowe z praktyką biznesową i społeczną. W swojej pracy łączy wiedzę merytoryczną z podejściem neurodydaktycznym, wykorzystując metodę Training from the BACK of the Room® do prowadzenia szkoleń i warsztatów opartych na aktywnym uczeniu się uczestników

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

- Po zakończeniu szkolenia uczestnik otrzyma zaświadczenie o ukończeniu szkolenia.
- Po ukończeniu szkolenia uczestnicy otrzymają skrypt szkoleniowy zawierający praktyczne wskazówki dotyczące prowadzenia działań w mediach społecznościowych, przykłady dobrych praktyk oraz zestaw narzędzi i materiałów pomocnych w codziennej pracy przedsiębiorcy.

Informacje dodatkowe

- Warunki techniczne: uczestnik potrzebuje:

- komputer lub tablet
- dostęp do Internetu

Adres

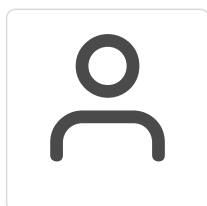
ul. Wola Zamkowa 16
87-100 Toruń
woj. kujawsko-pomorskie

Dostępny parking dla uczestników. Przerwa kawowa. Pomieszczenie klimatyzowane

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Teresa Rożankowska

E-mail szkolenia@fundacja-proeuropa.org.pl

Telefon (+48) 566 585 909