



Marketing – strategia komunikacji, media społecznościowe oraz tworzenie profesjonalnych materiałów video.- szkolenie

Numer usługi 2026/07/04/213321/3670239

7 170,00 PLN brutto
7 170,00 PLN netto
298,75 PLN brutto/h
298,75 PLN netto/h
250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

MULTIPRO
COMPANY SPÓŁKA
Z OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚ
CIĄ

★★★★★ 5,0 / 5

113 ocen

📍 Olsztyn
🏢 Usługa szkoleniowa
📄 stacjonarna
👤 Zajęcia indywidualne
🕒 24:00 h
📅 05.10.2026 do 29.10.2026

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Grupa docelowa usługi	Grupą docelową szkolenia są osoby zajmujące się komunikacją i promocją marki – specjaliści marketingu, właściciele firm oraz twórcy treści, którzy chcą samodzielnie planować strategię komunikacji i tworzyć profesjonalne materiały foto-video do mediów społecznościowych.
Minimalna liczba uczestników	1
Maksymalna liczba uczestników	1
Data zakończenia rekrutacji	04-10-2026
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
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 tworzenia i wdrażania spójnej strategii komunikacji marki, obejmującej działania, marketingowe, social media oraz produkcję profesjonalnych materiałów foto-video.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Wykorzystuje umiejętność tworzenia i planowania strategii komunikacji marki, wykorzystując wiedzę z zakresu budowania spójnego i skutecznego przekazu.	definiuje główne elementy strategii komunikacji i odróżnia działania marketingowe od PR	Obserwacja w warunkach symulowanych
Samodzielnie przygotowuje kompletną koncepcję działań marketingowych łącząc cele, narzędzia oraz plan komunikacji marki. Wykorzystuje wiedzę dotyczącą tworzenia treści do mediów społecznościowych w planowaniu i realizacji komunikacji marki.	opracowuje strategię komunikacji marki oraz tworzy personę klienta z planem komunikacji	Obserwacja w warunkach symulowanych
	projektuje filary komunikacyjne i plan contentowy oraz dobiera kanały komunikacji do celów biznesowych	Obserwacja w warunkach symulowanych
	przygotowuje harmonogram działań marketingowych i uzasadnia wybór narzędzi komunikacyjnych	Obserwacja w warunkach symulowanych
	opisuje zasady tworzenia angażujących treści oraz wyjaśnia rolę algorytmów mediów społecznościowych	Obserwacja w warunkach symulowanych
Samodzielnie tworzy treści i materiały komunikacyjne wykorzystywane w marketingu.	definiuje kluczowe pojęcia (RTM, SEO, UGC, CTA, hook, storytelling) oraz omawia podstawy planowania content marketingu	Obserwacja w warunkach symulowanych
	opracowuje scenariusze rolek i materiałów video oraz przygotowuje zdjęcia i filmy zgodne ze strategią marki montuje materiał video z wykorzystaniem aplikacji do edycji oraz projektuje kompletną kampanię komunikacyjną obejmującą działania marketingowe w social mediach	Obserwacja w warunkach symulowanych Obserwacja w warunkach symulowanych

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem zawierają opis efektów uczenia się?

TAK

Pytanie 2. Czy dokument lub wyrażnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji i zgodnie z zaplanowanymi metodami walidacji?

TAK

Pytanie 3. Czy dokument lub wyrażnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

Program

DZIEŃ I

Moduł 1. Podstawy budowania mocnej marki

- kluczowe elementy budowania trwałej i rozpoznawalnej marki
- znaczenie spójnej komunikacji w działaniach marketingowych
- zasady tworzenia profesjonalnego wizerunku eksperta
- relacja między marką osobistą a marką firmową oraz ich praktyczne wykorzystanie

Moduł 2. Strategia komunikacji marki

- określenie misji, wizji i wartości marki
- definiowanie charakteru komunikacji (tone of voice)
- identyfikacja archetypu marki
- opisy kluczowych wyróżników marki
- tworzenie spójnej komunikacji we wszystkich kanałach marki

Moduł 3. Istotne elementy działań marketingowych

- budowanie zaufania i pozycji eksperta
- współpraca z mediami
- przygotowanie marki do kontaktu z redakcjami
- podstawy reagowania i komunikacji w sytuacjach kryzysowych.

Moduł 4. Opracowanie strategii marketingowej

- analiza i podział odbiorców
- tworzenie przykładowego profilu klienta
- opis ścieżki kontaktu klienta z marką
- definiowanie celów działań marketingowych
- wybór kanałów komunikacji
- przygotowanie planu działań marketingowych

DZIEŃ II

Moduł 5. Planowanie i tworzenie treści marketingowych

- kluczowe obszary komunikacji marki
- planowanie treści i harmonogram publikacji
- materiały edukacyjne wspierające odbiorców
- treści ukierunkowane na sprzedaż
- komunikacja lifestyle'owa budująca relację z odbiorcą
- opowieści i narracje marki (storytelling)
- działania wzmacniające wizerunek pracodawcy (employer branding)

Moduł 6. Social Media w działaniach marketingowych

- wykorzystanie mediów społecznościowych jako narzędzia budowania wizerunku

- rola i możliwości platform: Instagram, Facebook, LinkedIn, TikTok
- tworzenie komunikacji wspierającej relacje z odbiorcami
- wzmacnianie widoczności marki poprzez odpowiedni dobór kanałów
- budowanie reputacji i zasięgu dzięki aktywności w social mediah.

Moduł 7. Treści wzmacniające markę

- aktualne i szybkie reakcje na wydarzenia (RTM)
- treści wspierające widoczność w wyszukiwarkach (SEO)
- budowanie narracji marki poprzez opowieści (storytelling)
- wykorzystanie materiałów tworzonych przez odbiorców (UGC)
- elementy zachęcające do działania (CTA)
- przyciągające uwagę otwarcia treści (hooki)
- skuteczne i angażujące nagłówki
- zrozumienie zachowań i motywacji odbiorców (psychologia odbiorcy)

Moduł 8. Planowanie i koordynacja komunikacji

- tworzenie przykładowego harmonogramu publikacji i ustalanie częstotliwości działań
- przygotowanie i organizacja kampanii komunikacyjnych
- zasady prowadzenia komunikacji w sytuacjach kryzysowych
- monitorowanie efektów i analiza rezultatów działań komunikacyjnych

DZIEŃ II

Moduł 9. Produkcja zdjęć i materiałów video

- zasady kadrowania i ustawiania planu
- praca ze światłem w fotografii i nagraniach
- budowanie kompozycji obrazu
- rodzaje ujęć i ich zastosowanie
- przygotowanie procesu nagrywania
- opracowanie przykładowego prostego scenariusza do realizacji materiału

Moduł 10. Nagrywanie krótkich form video

- wykorzystanie aktualnych trendów w tworzeniu krótkich nagrań
- budowanie narracji i przekazu w formie storytellingu
- techniki nagrywania materiałów telefonem
- praca z dźwiękiem i jego jakością
- tworzenie angażującego początku materiału (hook)
- elementy zachęcające odbiorcę do działania (CTA)
- kształtowanie emocji i reakcji widza poprzez odpowiedni dobór treści

Moduł 11. Edycja materiałów video

- praca w aplikacji CapCut
- montowanie i łączenie nagrań
- dodawanie napisów do materiału
- stosowanie efektów wizualnych
- tworzenie płynnych przejść między ujęciami
- dobór i obróbka muzyki

Moduł 12. Projektowanie kampanii marketingowej

- plan komunikacji marki dostosowany do celów i odbiorców
- zarys przykładowej strategii marketingowej spójnej z komunikacją
- jak stworzyć harmonogram publikacji
- przykładowe scenariusze krótkich materiałów video

Walidacja

Szkolenie realizowane jest w formule stacjonarnej, w formie indywidualnych warsztatów. Zajęcia mają charakter praktyczny i obejmują ćwiczenia dotyczące funkcjonowania profili w mediach społecznościowych, zasad publikowania treści, organizacji komunikacji oraz wykorzystania dostępnych narzędzi wspierających tworzenie materiałów.

W trakcie zajęć wykorzystywane są przykładowe, demonstracyjne profile oraz przygotowane wcześniej materiały szkoleniowe. Uczestnicy wykonują ćwiczenia na udostępnionych przykładach i szablonach, bez konieczności wykorzystywania własnych profili w mediach społecznościowych. Ćwiczenia służą poznaniu zasad i sposobów wykorzystania poszczególnych funkcjonalności, a nie przygotowaniu indywidualnych rozwiązań dla uczestnika.

Szkolenie obejmuje również ćwiczenia związane z tworzeniem przykładowych treści, przygotowywaniem materiałów do publikacji, organizacją harmonogramu publikacji oraz korzystaniem z narzędzi wspierających pracę, w tym narzędzi wykorzystujących sztuczną inteligencję. Przygotowywane materiały mają charakter ćwiczeniowy i demonstracyjny i nie stanowią gotowych materiałów marketingowych przeznaczonych do wykorzystania przez uczestnika.

Podczas szkolenia uczestnik korzysta z własnego komputera lub laptopa z dostępem do Internetu. Otrzymuje również materiały dydaktyczne w postaci prezentacji, przykładów, szablonów i materiałów pomocniczych.

Program obejmuje krótkie wprowadzenie teoretyczne oraz część warsztatową, podczas której wykonywane są ćwiczenia na przykładowych profilach i materiałach. Tematyka ćwiczeń obejmuje m.in. analizę przykładowych profili, przygotowywanie przykładowych treści, organizację publikacji, wykorzystanie narzędzi dostępnych w mediach społecznościowych oraz podstawowe zasady analizy wyników działań. Ćwiczenia mają na celu utrwalenie wiedzy i nabycie praktycznych umiejętności związanych z obsługą i wykorzystaniem narzędzi, bez prowadzenia indywidualnych działań na profilach uczestników

Walidacja efektów uczenia się przeprowadzana jest metodą obserwacji w warunkach symulowanych. Uczestnik wykonuje zadanie praktyczne polegające na przygotowaniu przykładowego profilu, planu komunikacji oraz materiałów do publikacji (np jeden post) zgodnie z założeniami szkolenia.

Szkolenie prowadzone jest w godzinach zegarowych. Przerwy oraz walidacja są wliczone do czasu trwania szkolenia.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 19

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 19 Moduł 1. Podstawy budowania mocnej marki	Zajęcia	Urszula Stefanowicz	05-10-2026	08:30	10:00	01:30
2 z 19 -	Przerwa	-	05-10-2026	10:00	10:30	00:30
3 z 19 Moduł 2. Strategia komunikacji marki	Zajęcia	Urszula Stefanowicz	05-10-2026	10:30	12:00	01:30
4 z 19 Moduł 3. Istotne elementy działań marketingowych	Zajęcia	Urszula Stefanowicz	05-10-2026	12:00	14:00	02:00
5 z 19 -	Przerwa	-	05-10-2026	14:00	14:30	00:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
6 z 19 Moduł 4. Opracowanie strategii marketingowej	Zajęcia	Urszula Stefanowicz	05-10-2026	14:30	16:30	02:00
7 z 19 Moduł 5. Planowanie i tworzenie treści marketingowych	Zajęcia	Urszula Stefanowicz	06-10-2026	08:30	10:00	01:30
8 z 19 -	Przerwa	-	06-10-2026	10:00	10:30	00:30
9 z 19 Moduł 6. Social Media w działaniach marketingowych	Zajęcia	Urszula Stefanowicz	06-10-2026	10:30	12:00	01:30
10 z 19 Moduł 7. Treści wzmacniające markę	Zajęcia	Urszula Stefanowicz	06-10-2026	12:00	14:00	02:00
11 z 19 -	Przerwa	-	06-10-2026	14:00	14:30	00:30
12 z 19 Moduł 8. Planowanie i koordynacja komunikacji	Zajęcia	Urszula Stefanowicz	06-10-2026	14:30	16:30	02:00
13 z 19 Moduł 9. Produkcja zdjęć i materiałów video	Zajęcia	Urszula Stefanowicz	29-10-2026	08:30	10:00	01:30
14 z 19 -	Przerwa	-	29-10-2026	10:00	10:30	00:30
15 z 19 Moduł 10. Nagrywanie krótkich form video	Zajęcia	Urszula Stefanowicz	29-10-2026	10:30	12:00	01:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
16 z 19 Moduł 11. Edycja materiałów video	Zajęcia	Urszula Stefanowicz	29-10-2026	12:00	14:00	02:00
17 z 19 -	Przerwa	-	29-10-2026	14:00	14:30	00:30
18 z 19 Moduł 12. Projektowanie kampanii marketingowej	Zajęcia	Urszula Stefanowicz	29-10-2026	14:30	16:00	01:30
19 z 19 -	Walidacja	-	29-10-2026	16:00	16:30	00:30

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	24:00
w tym suma godzin zajęć	20:30
w tym suma godzin walidacji	00:30
w tym suma przerw	03:00
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	28:00

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	7 170,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT	
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	7 170,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	298,75 PLN
Koszt osobogodziny netto	298,75 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	24:00

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Urszula Stefanowicz

Założycielka agencji marketingowej Detalle. Posiada siedem lat doświadczenia w pracy managerskiej, podczas której współpracowała z zespołami marketingowymi, prowadząc szkolenia i rozwijając kompetencje w praktyce. Od ponad 5 lat stale i nieprzerwanie realizuje działania marketingowe dla wielu firm, tworząc strategie, kampanie, projekty kreatywne oraz materiały foto i video. Specjalizuje się w komunikacji w mediach społecznościowych oraz influencer marketingu. Współpracowała z markami lifestylowymi, uczestnicząc w tworzeniu kolekcji ubrań i sneakersów, które wpływały na trendy w branży modowej. Jako brand manager odpowiadała za kampanie, sesje zdjęciowe, pokazy mody oraz projekty z influencerami. W ciągu ostatnich 5 lat przeprowadziła ponad 100 szkoleń dotyczących strategii marketingowych, kampanii oraz budowania marki.

Wykształcenie wyższe.

Studia podyplomowe Grafika i multimedia, WSB Gdańsk (2020–2021).

Studia podyplomowe Psychodietetyka, Uniwersytet SWPS w Warszawie (2016–2017).

Studia licencjackie Dietetyka, Uniwersytet Warmińsko-Mazurski (2013–2015).

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały w postaci prezentacji i skryptu zostaną udostępnione uczestnikom podczas usługi oraz po jej realizacji.

Informacje dodatkowe

Usługa rozwojowa nie jest świadczona przez podmiot pełniący funkcję Operatora lub Partnera Operatora w danym projekcie PSF ani w jakimkolwiek Regionalnym Programie lub FERS, ani przez podmiot powiązany z Operatorem lub Partnerem kapitałowo lub osobowo.

Usługa rozwojowa nie jest świadczona przez podmiot będący jednocześnie podmiotem korzystającym z usług rozwojowych o zbliżonej tematyce w ramach danego projektu.

Usługa rozwojowa nie obejmuje wzajemnego świadczenia usług w projekcie o zbliżonej tematyce przez Dostawców usług, którzy delegują na usługi siebie lub swoich pracowników i korzystają z dofinansowania, a następnie świadczą usługi w zakresie tej samej tematyki dla Przedsiębiorcy, który wcześniej występował w roli Dostawcy tych usług.

Cena usługi nie obejmuje kosztów niezwiązanych bezpośrednio z usługą rozwojową, w szczególności kosztów środków trwałych przekazywanych Przedsiębiorcom lub Pracownikom przedsiębiorcy, kosztów dojazdu oraz zakwaterowania

Adres

ul. Tarasa Szewczenki 7/6
10-274 Olsztyn
woj. warmińsko-mazurskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Wi-fi

Kontakt



Marta Wodecka

E-mail multipro.karty@gmail.com

Telefon (+48) 724 888 205