Możliwość dofinansowania

DIGITAL BRAND MAGDALENA GŁOMSKA

★★★★★

Marketing internetowy: Facebook, Instagram z elementami AI. Rolki. Canva. System reklamowy Meta Advance. E-COMMERCE + SEO - 6 dni [bony rozwojowe]

Numer usługi 2024/04/05/118911/2114247

zdalna w czasie rzeczywistym
Usługa szkoleniowa
46 h
15.07.2024 do 30.07.2024

4 140,00 PLN brutto
4 140,00 PLN netto
90,00 PLN brutto/h
90,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Sposób dofinansowania	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	**Szkolenie skierowane jest do :** • Jednoosobowych działalności gospodarczych • Przedsiębiorstw, korporacji i dużych firm - prezesów i właścicieli • Specjalistów SEO / SEM • Osób zarządzających działami - dyrektorów, menedżerów i kierowników • Zespołów sprzedażowych i marketingowych - projekt managerów • Wyspecjalizowanych działów w obrębie danej firmy - specjalistów ds. marketingu, PR, e-commerce • Instytucji i organizacji pozarządowych (NGO), fundacji, non-profit, spółdzielni, podmiotów społecznych itd. • **UCZESTNIKÓW PROGRAMÓW BONY ROZWOJOWE (w tym Małopolski Pociąg do Kariery)**
Minimalna liczba uczestników	3
Maksymalna liczba uczestników	10
Data zakończenia rekrutacji	12-07-2024
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	46

Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje do samodzielnego budowania wizerunku marki oraz zwiększania sprzedaży w sieci za pomocą narzędzi marketingowych takich jak Facebook, Instagram oraz do wykorzystania różnych metod promocji firmy w sieci, za pomocą zarówno płatnych form reklamy jak i narzędzi bezpłatnych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Planowanie właściwej strategii SEO	Ocena kiedy warto inwestować w SEO, a kiedy nie warto Stosuje SEO do pozyskiwania klientów Dobiera odpowiednie słowa kluczowe Budowanie poprawnej struktury strony Definiuje jak sprawdzić, czy firma pozycjonująca dobrze wykonuje swoją pracę Stosuje SEO do pozyskiwania klientów	Test teoretyczny
Tworzenie strony optymalnej dla Google	Definiuje czym jest algorytm Google Omawia czym jest zaufanie Google do strony i jaki ma ono wpływ na ruch Tworzy Google Search Console na stronie Planuje skuteczną strategię pozyskiwania klientów z Google Wykorzystuje indeksowanie strony przez Google	Test teoretyczny
Nagrywa krótkie i długie formy na platformie.	Wykorzystuje dostępne mu narzędzia do tworzenia materiałów. Edytuje nagrywane materiały. Rozpoznaje trendy	Prezentacja
Wykorzystanie najważniejszych narzędzi na Facebooku i Instagramie w celu dostosowania ich do potrzeb i identyfikacji firmy	Wykorzystuje Narzędzia do planowania i Creatora Studio do planowania postów Tworzy strategie marketingowe za pomocą Social Media Charakteryzuje pojęcia nowoczesnego marketingu cyfrowego Wykorzystuje Canvę to tworzenia grafik na potrzeby Social Media Definiuje zmiany zachodzące w algorytmie Facebooka i dostosuje swoje działania w sieci	Prezentacja

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Tworzenie grupy docelowej dostosowanej dla swojej branży	Konfiguruje Business Menedżer Facebooka, Menedżera Reklam, Piksela, Zdarzenia Niestandardowe i wykorzystuje je do zarządzania działaniami marketingowymi w sieci Tworzy niestandardowe grupy w celach reklamowych Definiuje cele reklamowe w Menedżerze reklam i dostosuje je do strategii marketingowej firmy	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, dokument potwierdza opis efektów uczenia się

Pytanie 2. Czy dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji?

tak dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji

Pytanie 3. Czy dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

tak dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji

Program

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

Przerwy nie są wliczone w czas trwania usługi.

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.

Aby realizacja usługi pozwoliła osiągnąć cel główny, warunkiem jest zaangażowanie uczestnika w różnorodne formy pracy podczas szkolenia.

I DZIEŃ

Przeprowadzenie testu wiedzy (pre-test w ramach walidacji)

I Blok - Charakterystyka nowoczesnych narzędzi cyfrowych w budowaniu marketingu mix - teoria-rozmowa na żywo

- Cele krótkoterminowe w budowania strategii e-marketingowej
- Cele długoterminowe w budowie strategii e-marketingowej

II Blok - Content marketing – jak pisać by nas czytali, jak zaangażować odbiorców pod postem, komunikacja z odbiorcami i język korzyści.teoria+praktyka- rozmowa na żywo, ćwiczenia

- Planowanie postów na Facebooku z wykorzystaniem narzędzi Facebooka.
- Jak pisać by nas czytali i zaangażować odbiorców pod postem.
- Komunikacja z odbiorcami i język korzyści - metody pisania aranżujących postów dopasowanych do grupy odbiorczej.
- Ustalenie kim jest Twój odbiorca i czego oczekuje.
- Jakie posty FB i IG wyświetla, a jakich nie.
- Sposoby na zwiększenie organicznego zasięgu.
- Konkursy - jak je legalnie tworzyć, o czy warto pamiętać i jak angażować odbiorców.
- Wydarzenia do czego je jeszcze można wykorzystać?
- Sytuacja kryzysowa - jak sobie z nią poradzić?

III Blok - Charakterystyka zasad skutecznej komunikacji z wykorzystaniem mediów społecznościowych przy wykorzystaniu programu Canva - omówienie programu - teoria- rozmowa na żywo

- Podstawy Canvy - omówienie najważniejszych, wybranych funkcji programu przydatnych do tworzenia grafik na SM.
- Najlepsze formaty grafik na FB, Instagrama, LinkedIn i stronę www.
- Najlepsze formaty na reklamę.

IV Blok - Praca w programie Canva - forma statyczna i dynamiczna- praktyka-ćwiczenia

- Tworzenie podstaw identyfikacji graficznej - logo, infografika, dobór kolorystki i fontów - ćwiczenie
- Tworzenie szablonów graficznych na potrzeby SM - ćwiczenie
- Tworzenie animacji - ćwiczenie
- Dodawanie Call to Action.
- Omówienie dodatkowych elementów graficznych przydatnych w SM

II DZIEŃ

I Blok - Narzędzia marketingu internetowego w budowaniu marketingu mix – konfiguracja Business Menedżera - teoria+ praktyka- rozmowa na żywo, ćwiczenia

- Konfiguracja Business Menedżera

II Blok - Business Menedżer – grupy odbiorców (Audience Insights) - teoria+ praktyka ćwiczenia, rozmowa na żywo

- Analiza i tworzenie grup docelowych.
- Grupowanie zainteresowań.
- Jakie grupy dają najlepsze efekty.
- Najczęstsze błędy w tworzeniu grup.
- Jak docierać do nieaktywnych odbiorców i ich ożywić.

III Blok - Menedżer reklam - Konto reklamowe czyli jak pozyskiwać klientów na FB, cele reklamowe - teoria+ praktyka ćwiczenia, rozmowa na żywo

- Konfiguracja konta.
- Jak nie zablokować konta reklamowego i czym to grozi – treści zakazane.
- Dlaczego nie przez „Promuj post”?
- Budowa lejka sprzedażowego i planowanie budżetu.
- Jak zamienić zimny ruch na ciepły.
- Analiza dotychczasowych wyników reklam.
- Jakie koszty reklam osiągać? Podstawy strategii marketingowych.

Najważniejsze cele reklam dedykowanych na Facebooka i Instagram.

- Omówienie celów:
- Jak pozyskać nowych klientów.
- Jak zwiększać zaangażowanie na fanpage.
- Jak zwiększyć liczbę zapytań w Messengerze.
- Jak kierować fanów na stronę internetową.
- Jak badać konwersję z koszyka i zakupów

IV Blok - Tworzenie reklam - Teksty i formaty reklamowe-teoria+ praktyka ćwiczenia i współdzielenie ekranu

Konfiguracja niestandardowych formatów reklam:

- Kolekcja
- Formularz kontaktowy
- Reklamy z materiałem dynamicznym

III Dzień:

I Blok – Eksperckie Sztuczki Instagrama i Threads- teoria+praktyka- rozmowa na żywo, ćwiczenia

- Przedstawienie Instagrama i Threads: Funkcje, różnice, cele.
- Jak platforma ewoluowała od początków do dzisiaj.
- Analiza profilu.
- Omówienie najważniejszych sekcji.

II Blok – Zwiększanie wizerunku na Instagramie- teoria- rozmowa na żywo

- Hashtagi w nich siła.
- Jak zwiększać organicznie zasięgi.
- Pomysły na media plan.
- Triki na Instagramie w podziale na: relacje, posty i rolki
- Cele reklamowe na Instagramie

III Blok – Instagram rolki – tworzymy efektowne nagrania bezpośrednio z aplikacji- praktyka, ćwiczenia

- Trendy muzyczne na Instagramie
- Najważniejsze ustawienia: Filtry, układ, siatka, nakładki i kategorie.
- Opis na rolkach.
- Identyfikacja graficzna na rolkach.
- Szablony na Instagramie.
- Pomysł na własną rolkę – I trik – ćwiczenie
- Aplikacje do tworzenia rolek – omówienie

IV blok – Threads- Rozszerzenie aplikacji Instagrama- teoria+ praktyka- rozmowa na żywo, ćwiczenia

- Dodanie profilu Threads do Instagrama
- Dlaczego Threads
- Jaki Content dodawać na Threads
- Trendy
- Algorytmy
- Threads, a Twitter
- Zależności Threads, a Instagra

IV dzień:

BLOK1 - Dlaczego TikTok? – teoria-rozmowa na żywo

1. Dlaczego TikTok?
2. Statystki na TikToku. Nasza grupa docelowa.
3. Optymalne nagrywanie na TikToku.
4. Co nagrywać na TikToku? Pomysł na content. Case study .
5. Język TikToka. Najważniejsze pojęcia.
6. Jak działają Algorytmy na TikToku?

BLOK 2 – TikTok rolki - tworzymy efektowne nagrania bezpośrednio z aplikacji – praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia.

1. Trendy muzyczne na TikToku
2. Najważniejsze ustawienia: Przejścia, tekst, nakładki TikToka.
3. Opisy na rolach.
4. Opowieść i MV na TikToku

BLOK 3 – CapCut – aplikacja do tworzenia rolek - praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia.

1. CapCut – podstawowe i nieoczywiste funkcje.
2. Praca ze zdjęciami – jak przerobić zdjęcie w animacje.

3. Nagrywanie video pod obróbkę – trzy triki.

BLOK 4 - CapCut i VN– zaawansowane funkcje - praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia.

1. Dynamizm w rolkach.
2. Nagrywanie pod bit.
3. Odwrócenie obrazu.
4. Wyodrębnianie/dodawanie dźwięku
5. Dodawanie Lektora.
6. VN – alternatywny program do obróbki zdjęć i filmów.
7. Mojo – alternatywny program do relacji i rolek

V Dzień:

Trener –Krzysztof Bernardyn

I blok - Czym jest SEO?- teoria-rozmowa na żywo

- Charakterystyka SEO
- Czym jest SEO?
- Wyniki naturalne vs. płatne, SEM = SEO + PPC
- Działanie wyszukiwarki
- Roboty, wyszukiwarki, data center
- Jak Google widzi Twoją stronę?
- Google PageRank – obecna wartość wskaźnika
- Dobór i analiza słów kluczowych
- Jak szukać odpowiednich słów kluczowych?
- Konkurencyjność fraz
- Na co pozycjonuje się konkurencja?
- Przegląd najlepszych narzędzi doboru fraz

II blok – Customer journey map w praktyce – identyfikacja touchpointów i projektowanie ścieżki zakupowej klienta.- teoria+ praktyka-rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu

- Strategia STP – segmentacja, targetowanie i pozycjonowanie online w praktyce
- Jak identyfikować punkty styku (touchpoints) dla wybranego produktu/usługi?
- Customer journey online – jak projektować mapę podróży klienta?
- Strategia ustalania cen, modele płatności.
- Modele wysyłki, magazyn, logistyka i śledzenie przesyłek.
- Porzucone koszyki – przyczyny i metody ich ratowania.

III blok - Planowanie kampanii sprzedażowych online – działania direct response i generowanie leadów w praktyce.- praktyka-ćwiczenia

- Generowanie leadów – jak pozyskiwać kontakty handlowe w internecie?
- Planowanie kampanii reklamowych – wybór źródeł pozyskiwania leadów.
- Reklama w wyszukiwarkach cenowych - - Google Ads
- Jak skłaniać potencjalnych klientów do pozostawienia danych teleadresowych wraz ze zgodą na kontakt handlowy i marketingowy?
- Jak budować bazę odbiorców – e-mail, SMS, dane z social media?

IV blok - Przedstawienie i omówienie najważniejszych czynników wpływających na pozycję- teoria+praktyka-rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu

- Najważniejsze czynniki wpływające na pozycje w Google – wstęp
- Przedstawienie i omówienie najważniejszych czynników wpływających na pozycję
- Jak wpływać na pozycję w Google? – czynniki wewnętrzne
- Optymalna budowa adresów stron oraz linki
- Sekcja head
- Kod strony i jego wpływ na pozycję
- Optymalna budowa strony pod wyszukiwarkę Google
- Linkowanie wewnętrzne

VI DZIEŃ:

I blok - Charakterystyka SEO- teoria - rozmowa na żywo

- Czym jest SEO?
- Wyniki naturalne vs. płatne, SEM = SEO + PPC
- Działanie wyszukiwarki
- Roboty, wyszukiwarki, data center
- Jak Google widzi Twoją stronę?
- Google PageRank – obecna wartość wskaźnika
- Dobór i analiza słów kluczowych
- Jak szukać odpowiednich słów kluczowych?
- Konkurencyjność fraz
- Na co pozycjonuje się konkurencja?
- Przegląd najlepszych narzędzi doboru fraz

II blok - czynniki wpływające na pozycje w Google- teoria- rozmowa na żywo

- Najważniejsze czynniki wpływające na pozycje w Google
- Przedstawienie i omówienie najważniejszych czynników wpływających na pozycję
- Jak wpływać na pozycję w Google? – czynniki wewnętrzne
- Optymalna budowa adresów stron oraz linki
- Sekcja head
- Kod strony i jego wpływ na pozycję
- Optymalna budowa strony pod wyszukiwarkę Google
- Linkowanie wewnętrzne

III blok - SEO Copywriting- praktyka- ćwiczenia

- SEO Copywriting – jak pisać teksty przyjazne wyszukiwarkom?
- Pisanie tekstów z wykorzystaniem słów kluczowych
- Jak uniknąć przeoptymalizowania witryny?
- Jak wpływać na pozycję w Google? – czynniki zewnętrzne
- Rodzaje linków
- Link Building
- W jaki sposób poprawnie linkować?

IV blok – linki i zaplecze SEO- praktyka- ćwiczenia

- Metody pozyskiwania linków
- Linkowanie mające negatywny wpływ na pozycję
- Local SEO
- Pozycjonowanie w wynikach lokalnych i mapach
- Elementy optymalizowane w mapach
- Wszystko o zapleczach SEO
- Znaczenie hostingu w budowie zaplecza SEO
- Jak budować efektywne zaplecza
- Narzędzia automatyzujące budowę zaplecza i generatory treści
- Najnowsze zmiany w algorytmach Google

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

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 38

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 38 Przeprowadzenie testu wiedzy (pre-test w ramach walidacji)	-	15-07-2024	08:30	08:45	00:15
2 z 38 I Blok - Charakterystyka nowoczesnych narzędzi cyfrowych w budowaniu marketingu mix - teoria-rozmowa na żywo	Magdalena Głomska	15-07-2024	08:45	10:00	01:15
3 z 38 Przerwa 30 min	Magdalena Głomska	15-07-2024	10:00	10:30	00:30
4 z 38 II Blok - Content marketing – jak pisać by nas czytali, jak zaangażować odbiorców pod postem, komunikacja z odbiorcami i język korzyści.teoria+praktyka- rozmowa na żywo, ćwiczenia	Magdalena Głomska	15-07-2024	10:30	12:00	01:30
5 z 38 Przerwa 15 min	Magdalena Głomska	15-07-2024	12:00	12:15	00:15
6 z 38 III Blok - Charakterystyka zasad skutecznej komunikacji z wykorzystaniem mediów społecznościowych przy wykorzystaniu programu Canva - omówienie programu - teoria- rozmowa na żywo	Magdalena Głomska	15-07-2024	12:15	13:45	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
7 z 38 IV Blok - Praca w programie Canva - forma statyczna i dynamiczna- praktyka- ćwiczenia	Magdalena Głomska	15-07-2024	13:45	15:15	01:30
8 z 38 I Blok - Narzędzia marketingu internetowego w budowaniu marketingu mix – konfiguracja Business Menedżera - teoria+ praktyka- rozmowa na żywo, ćwiczenia	Magdalena Głomska	16-07-2024	08:30	10:00	01:30
9 z 38 Przerwa 30 min	Magdalena Głomska	16-07-2024	10:00	10:30	00:30
10 z 38 II Blok - Business Menedżer – grupy odbiorców (Audience Insights) - teoria+ praktyka ćwiczenia, rozmowa na żywo	Magdalena Głomska	16-07-2024	10:30	12:00	01:30
11 z 38 Przerwa 15 min	Magdalena Głomska	16-07-2024	12:00	12:15	00:15
12 z 38 III Blok - Menedżer reklam - Konto reklamowe czyli jak pozyskiwać klientów na FB, cele reklamowe - teoria+ praktyka ćwiczenia, rozmowa na żywo	Magdalena Głomska	16-07-2024	12:15	13:45	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
13 z 38 IV Blok - Tworzenie reklam-Teksty i formaty reklamowe- teoria+ praktyka ćwiczenia i współdzielenie ekranu	Magdalena Głomska	16-07-2024	13:45	15:15	01:30
14 z 38 I Blok – Eksperckie Sztuczki Instagrama i Threads- teoria+praktyka- rozmowa na żywo, ćwiczenia	Paulina Łuczak	22-07-2024	08:30	10:00	01:30
15 z 38 Przerwa 30 min	Paulina Łuczak	22-07-2024	10:00	10:30	00:30
16 z 38 II Blok – Zwiększanie wizerunku na Instagramie- teoria- rozmowa na żywo	Paulina Łuczak	22-07-2024	10:30	12:00	01:30
17 z 38 Przerwa 15 min	Paulina Łuczak	22-07-2024	12:00	12:15	00:15
18 z 38 III Blok – Instagram rolki – tworzymy efektowne nagrania bezpośrednio z aplikacji - praktyka, ćwiczenia	Paulina Łuczak	22-07-2024	12:15	13:00	00:45
19 z 38 IV blok – Threads- Rozszerzenie aplikacji Instagrama- teoria+ praktyka- rozmowa na żywo, ćwiczenia Magdalena	Paulina Łuczak	22-07-2024	13:00	13:45	00:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
20 z 38 BLOK1 - Dlaczego TikTok? – teoria-rozmowa na żywo	Paulina Łuczak	23-07-2024	08:30	10:00	01:30
21 z 38 Przerwa 30 min	Paulina Łuczak	23-07-2024	10:00	10:30	00:30
22 z 38 BLOK 2 – TikTok rolki - tworzymy efektowne nagrania bezpośrednio z aplikacji – praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia.	Paulina Łuczak	23-07-2024	10:30	12:00	01:30
23 z 38 Przerwa 15 min	Paulina Łuczak	23-07-2024	12:00	12:15	00:15
24 z 38 BLOK 3 – CapCut – aplikacja do tworzenia rolek - praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia.	Paulina Łuczak	23-07-2024	12:15	13:45	01:30
25 z 38 BLOK 4 - CapCut i VN– zaawansowane funkcje - praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia.	Paulina Łuczak	23-07-2024	13:45	15:15	01:30
26 z 38 I blok - Czym jest SEO?- teoria-rozmowa na żywo	Krzysztof Bernardyn	29-07-2024	08:30	10:00	01:30
27 z 38 Przerwa 30 min	Krzysztof Bernardyn	29-07-2024	10:00	10:30	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
28 z 38 II blok – Customer journey map w praktyce – identyfikacja touchpointów i projektowanie ścieżki zakupowej klienta.- teoria+ praktyka- rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Krzysztof Bernardyn	29-07-2024	10:30	12:00	01:30
29 z 38 Przerwa 30 min	Krzysztof Bernardyn	29-07-2024	12:00	12:30	00:30
30 z 38 III blok - Planowanie kampanii sprzedażowych online – działania direct response i generowanie leadów w praktyce.- praktyka- ćwiczenia	Krzysztof Bernardyn	29-07-2024	12:30	14:00	01:30
31 z 38 IV blok - Przedstawienie i omówienie najważniejszych czynników wpływających na pozycję- teoria+praktyka- rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Krzysztof Bernardyn	29-07-2024	14:00	15:30	01:30
32 z 38 I blok - Charakterystyka SEO- teoria - rozmowa na żywo	Krzysztof Bernardyn	30-07-2024	08:30	10:00	01:30
33 z 38 Przerwa 30 min	Krzysztof Bernardyn	30-07-2024	10:00	10:30	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
34 z 38 II blok - czynniki wpływające na pozycje w Google- teoria- rozmowa na żywo	Krzysztof Bernardyn	30-07-2024	10:30	12:00	01:30
35 z 38 Przerwa 30 min	Krzysztof Bernardyn	30-07-2024	12:00	12:30	00:30
36 z 38 III blok - SEO Copywriting- praktyka- ćwiczenia	Krzysztof Bernardyn	30-07-2024	12:30	14:00	01:30
37 z 38 IV blok – linki i zaplecze SEO- praktyka- ćwiczenia	Krzysztof Bernardyn	30-07-2024	14:00	15:15	01:15
38 z 38 Przeprowadzenie testu wiedzy (post-test w ramach walidacji).	-	30-07-2024	15:15	15:30	00:15

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	4 140,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	4 140,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	90,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	90,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 3

1 z 3

Krzysztof Bernardyn

Trener od 2017 roku. Prowadzi indywidualne oraz grupowe kursy i szkolenia z tematyki SEO + nowe technologie, E-commerce, a także Projektowania UI oraz UX wraz z implementacją WordPress / no-code. Przeprowadził ponad 600 godzin szkoleniowych w ostatnich dwóch latach – wśród klientów były zarówno mikro i małe przedsiębiorstwa, jak i liderzy rynku, zatrudniający setki osób.

Najważniejszą wartością szkoleń jest próba indywidualnego / szerokiego spojrzenia i znalezienia najbardziej optymalnego rozwiązania, pomagającego rozwijać konkretne cele biznesowe. Każde szkolenie poprzedzone jest wcześniejszym wywiadem i, w miarę możliwości, szczegółowym audytem oraz analizą konkurencji.

Studiował chemię na Uniwersytecie Gdańskim, którą ukończył w 2007 roku. Od 2007 roku, stale związany z branżą reklamową i kreatywną, gdzie poprzez pracę w agencjach i wydawnictwach zdobywał doświadczenie pracując dla polskich i zagranicznych firm (w tym dla Media Markt Polska). W latach 2015-2023 współwłaściciel agencji reklamowej Snowball Media.

2 z 3

Magdalena Głomska

Magdalena Głomska posiada wykształcenie wyższe magisterskie. Jest absolwentką Politechniki Gdańskiej, wydziału Zarządzania i Marketingu. Ma ponad 17 lat doświadczenia w sprzedaży. Marketingiem internetowym zajmuje się od 2010 roku. Przez 15 lat pracowała na stanowiskach managerskich.
Od 4 lat jest właścicielem firmy Agencji Doradztwa Marketingowego „Digital Brand”. Swoją wiedzę przekazuje jako Trener. Zrealizowała ponad 1000 godzin szkoleniowych w ciągu ostatnich 3 lat.

3 z 3

Paulina Łuczak

Paulina Łuczak posiada wykształcenie wyższe, absolwentka Uniwersytetu Merito w Gdańsku oraz programu Googla, ze współpracą z uczelnią SGH w Warszawie, pt. „Umiejętności Jutra”. Te doświadczenia doskonale przygotowały ją do pracy w marketingu cyfrowym.
Podczas trwania programu nabyła umiejętności zarządzania, strategii marketingowej i sprzedażowej, optymalizacji witryn dla wyszukiwarek SEO, zastosowanie reklam w wyszukiwarkach sieciowych oraz w Social Mediach, zdobyła wiedzę o performance marketingu w praktyce, zajmowała się również technologicznymi aspektami prowadzenia biznesu w sieci.
Swoje umiejętności codziennie rozwija w firmie Digital&Brand w Gdańsku. Dzięki swoim doświadczeniom została specjalistą działu marketingu, zajmuje się prowadzeniem wielu kont na Mediach Społecznościowych, między innymi TikTok, Instagram, Facebook. Jedną z ważniejszych funkcji jest także copywriting oraz wyszukiwanie i analiza treści pod kątem SEO i aktualnych trendów w sieci. Za sobą ma już ponad 150h szkoleń z zakresu marketingu internetowego.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymują skrypt z materiałami do samodzielnego utrwalenia materiału, prezentację ze szkolenia, a także certyfikat szkolenia.

Warunki uczestnictwa

- Warunkiem uzyskania zaświadczenia jest uczestnictwo w co najmniej 80% zajęć usługi rozwojowej oraz zaliczenie zajęć w formie ćwiczeń.
- Zapisując się na usługę wyrażasz zgodę na rejestrowanie/nagrywanie swojego wizerunku na potrzeby monitoringu, kontroli oraz w celu utrwalenia efektów uczenia się.
- **Szkolenie skierowane do UCZESTNIKÓW PROGRAMÓW BONY ROZWOJOWE (w tym Małopolski Pociąg do Kariery)**

Informacje dodatkowe

Organizacja szkolenia:

Szkolenie podzielone jest na blok teoretyczno-warsztatowy według ustalonego harmonogramu. Tematyka, zakres oraz tempo prowadzonych szkoleń dopasowane jest do potrzeb Uczestników szkolenia.

Warunki techniczne

Wymagania techniczno-sprzętowe:

Wymagania techniczne w przypadku webinarów / szkoleń online:

Dla aktywnego uczestnictwa w warsztatach, każdy jego uczestnik powinien posiadać komputer z dostępem do Internetu z zainstalowanym pakietem Office 2007, 2010, 2013 lub 2016/365 lub równoważnym oraz programem Acrobat Reader.

- Procesor dwurdzeniowy 2GHz lub lepszy (zalecany czterordzeniowy)
- 2 GB pamięci RAM (zalecane 4 GB lub więcej)
- System operacyjny Windows 8 (zalecany Windows 10), Mac OS wersja 10.13 (zalecana najnowsza wersja), Linux, ChromeOS

Szkolenie będzie się odbywać za pomocą Google Meets/ Clickmeeting – przed szkoleniem Uczestnicy otrzymają link.

Ponieważ szkolenie prowadzone będzie na platformie clickmeting/ Google meets opartej na przeglądarce, wymagane jest korzystanie z ich najaktualniejszych oficjalnych wersji, takich jak Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, Edge, Opera.

Będzie to webinar realizowany w trybie dyskusji – umożliwia on uczestnikom rozmowę wideo w czasie rzeczywistym zarówno z prowadzącym, jak też z innymi uczestnikami. Dzięki temu uczestnicy mają wrażenie osobistego udziału w szkoleniu z prowadzącym i innymi uczestnikami.

Kontakt

Magdalena Głomska

E-mail biuro@digitalbrand.com.pl
Telefon (+48) 505 139 506