



## Budowanie skutecznej strategii marketingowej w Internecie - szkolenie

Numer usługi 2024/07/24/156609/2234632

4 500,00 PLN brutto

4 500,00 PLN netto

195,65 PLN brutto/h

195,65 PLN netto/h

IT ENGINEERING &  
CONSULTING

SPÓŁKA Z

OGRANICZONĄ

ODPOWIEDZIALNOŚĆ

CIA



📍 zdalna w czasie rzeczywistym

👤 Usługa szkoleniowa

🕒 23 h

📅 03.08.2024 do 04.08.2024

## Informacje podstawowe

<b>Kategoria</b>	Biznes / Marketing
<b>Sposób dofinansowania</b>	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
<b>Grupa docelowa usługi</b>	Szkolenie przeznaczone jest dla początkujących specjalistów ds. marketingu cyfrowego, małych i średnich przedsiębiorstw oraz osób zainteresowanych rozwojem kariery w marketingu cyfrowym.
<b>Minimalna liczba uczestników</b>	1
<b>Maksymalna liczba uczestników</b>	7
<b>Data zakończenia rekrutacji</b>	02-08-2024
<b>Forma prowadzenia usługi</b>	zdalna w czasie rzeczywistym
<b>Liczba godzin usługi</b>	23
<b>Podstawa uzyskania wpisu do BUR</b>	Certyfikat systemu zarządzania jakością wg. ISO 9001:2015 (PN-EN ISO 9001:2015) - w zakresie usług szkoleniowych

## Cel

### Cel edukacyjny

Celem szkolenia pn. "Budowanie skutecznej strategii marketingowej w Internecie - szkolenie" jest przygotowanie uczestników do samodzielnego tworzenia skutecznej strategii marketingowej, ze szczególnym uwzględnieniem projektowania strategicznego kampanii reklamowej w Internecie.

## Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Posługuje się wiedzą w zakresie budowania strategii marketingowej w Internecie</p>	<p>omawia i charakteryzuje pojęcia związane z marketingiem cyfrowym</p>	<p>Test teoretyczny</p>
	<p>omawia narzędzia wykorzystywane w marketingu cyfrowym</p>	<p>Test teoretyczny</p>
	<p>omawia różnice między marketingiem tradycyjnym a cyfrowym,</p>	<p>Test teoretyczny</p>
	<p>analizuje sytuację na rynku i weryfikuje dane dotyczące konkurencji</p>	<p>Obserwacja w warunkach rzeczywistych</p>
	<p>definiuje narzędzia do tworzenia skutecznych strategii marketingowych</p>	<p>Test teoretyczny</p>
	<p>opisuje strategie pozyskiwania linków z uwzględnieniem strony Internetowej, UX, SEO i Google oraz mediów społecznościowych</p>	<p>Test teoretyczny</p>
<p>samodzielnie buduje strategię marketingową opartą na rozwiązaniach cyfrowych</p>	<p>planuje własną kampanię marketingową.</p>	<p>Obserwacja w warunkach rzeczywistych</p>
	<p>wykorzystuje narzędzia dostępne w marketingu cyfrowym</p>	<p>Obserwacja w warunkach rzeczywistych</p>
	<p>wykorzystuje rozwiązania informatyczne w tworzeniu strategii marketingowej</p>	<p>Obserwacja w warunkach rzeczywistych</p>
	<p>buduje skuteczny plan marketingowy z wykorzystaniem narzędzi marketingowych</p>	<p>Obserwacja w warunkach rzeczywistych</p>
	<p>wykorzystuje rozwiązania UX, SEO i Google Analytics w budowaniu kampanii reklamowej</p>	<p>Obserwacja w warunkach rzeczywistych</p>

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
	Rozwiązuje problemy i podejmuje decyzje w kontekście tworzenia własnej strategii marketingowej w internecie	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Buduje relacje wewnętrzne i zewnętrzne	stosuje dobre praktyki w tworzeniu strategii marketingowej	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	stosuje zasady komunikacji interpersonalnej w Internecie	Obserwacja w warunkach rzeczywistych

## Kwalifikacje

### Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

#### Warunki uznania kompetencji

**Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji zawiera opis efektów uczenia się?**

Po ukończeniu usługi rozwojowej wydane zostanie zaświadczenie o ukończeniu szkolenia potwierdzające uzyskanie kompetencji, zawierające opis efektów uczenia się.

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

Zaświadczenie ukończenia szkolenia 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?**

Zaświadczenie o ukończeniu szkolenia potwierdzać będzie zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji.

## Program

Szkolenie przeznaczone jest dla początkujących specjalistów ds. marketingu cyfrowego, małych i średnich przedsiębiorstw oraz osób zainteresowanych rozwojem kariery w marketingu cyfrowym. Celem szkolenia jest zapewnienie uczestnikom kompleksowej wiedzy na temat podstawowych i zaawansowanych narzędzi marketingu cyfrowego, z naciskiem na projektowanie skutecznej strategii marketingowej i tworzenie kampanii reklamowej w internecie z zastosowaniem mediów społecznościowych i narzędzi Google. Program szkolenia jest angażujący, interaktywny, oparty na najnowszych trendach i wiedzy, dostosowany do potrzeb osób początkujących. Uczestnicy poznają nie tylko konkretne narzędzia, ale i inspirujące studia przypadków.

#### **Dzień 1:**

##### **1. WPROWADZENIE DO ŚWIATA MARKETINGU CYFROWEGO**

Definicje i kluczowe terminy związane z marketingiem cyfrowym.

Znaczenie marketingu cyfrowego we współczesnym biznesie: zasięg globalny, precyzyjne targetowanie, interaktywność, mierzalność

Różnice między marketingiem cyfrowym a tradycyjnym

- Zasięg, mierzalność, koszt, interakcja z klientem
- Dobór kanałów do specyfiki działalności/produktu

Kluczowe terminy i koncepcje

- ROI (Return on Investment), CTR (Click-Through Rate), CPA (Cost Per Acquisition)
- Marketing przychodzący (Inbound) vs. wychodzący (Outbound)
- Charakterystyka, przykłady, zalety i wady

Budowanie persony marki i grupy docelowej

- Identyfikacja idealnego klienta
- Tworzenie persony marketingowej
- Analiza demograficzna i psychograficzna
- Ćwiczenia praktyczne

## 2. STRATEGIA TWORZENIA TREŚCI I ETYKA W MARKETINGU CYFROWYM

### Tworzenie Treści

- Rodzaje treści marketingowych: blogi, wideo, infografiki, e-booki, posty w mediach społecznościowych
- Strategie tworzenia angażujących treści: storytelling, wykorzystanie danych, personalizacja
- Przykłady skutecznych treści

### Etyka w Marketingu Cyfrowym

- Zasady etyki w marketingu cyfrowym: transparentność, uczciwość, ochrona prywatności konsumentów
- Przykłady naruszeń etyki i ich konsekwencje: studia przypadków związane z naruszeniem prywatności, fałszywymi reklamami

### Ćwiczenia praktyczne

## 3. PODSTAWY MEDIÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH - KOMUNIKACJA I WIZJA MARKI W MEDIACH

### Historia i rozwój platform mediów społecznościowych

- Najważniejsze dane statystyczne

### Algorytmy mediów społecznościowych

- Mechanizmy rekomendacji treści
- Kluczowe czynniki wpływające na widoczność

### Popularne hasztagi i trendy

- Narzędzia i metody wyszukiwania popularnych hasztagów
- Wykorzystanie aktualnych trendów i wydarzeń (RTM) w celu promowania marki lub produktu

### Ćwiczenia praktyczne

## 4. OPTYMALIZACJA KAMPANII W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH

### Strategia publikacji treści

- Kiedy publikować? Analiza najlepszych czasów.
- Praktyczne wskazówki dotyczące tworzenia harmonogramu publikacji

### Reklamy w mediach społecznościowych

- Panele reklamowe i ich funkcje (Facebook Ads, Instagram Ads)
- Praktyczne zadanie: tworzenie kampanii reklamowej

### Ćwiczenia praktyczne

## 5. SESJA Q&A

- Podsumowanie dnia
- Odpowiedzi na pytania uczestników

### *Dzień 2*

## 1. TWORZENIE PLANU DZIAŁANIA MARKETINGU INTERNETOWEGO - SKUTECZNE NARZĘDZIA DO BUDOWANIA KAMPANII

### SEO I CONTENT MARKETING

#### Podstawy SEO

- Czym jest SEO i jakie są jego cele?
- Podstawowe elementy SEO: On-page SEO i Off-page SEO
- Narzędzia do analizy i monitorowania SEO (np. Google Search Console, Ahrefs, SEMrush)

#### Content Marketing

- Definicja i znaczenie content marketingu
- Strategie tworzenia wartościowych treści: blogi, artykuły, wideo, infografiki
- Metryki i analiza wydajności: jak mierzyć sukces content marketingu

#### Ćwiczenia praktyczne

### STRONA INTERNETOWA, UX I CX

#### Podstawowe elementy UX (User Experience)

- Znaczenie UX dla użytkowników
- Kluczowe aspekty UX w projektowaniu stron internetowych
- Jak poprawić doświadczenie użytkowników na stronie: szybkie ładowanie, responsywność, intuicyjna nawigacja

#### CX (Customer Experience)

- Definicja i znaczenie CX w kontekście marketingu cyfrowego
- Strategie poprawy doświadczeń klientów na wszystkich punktach styku z marką

#### Wprowadzenie do Google Analytics 4

- Pomiar danych na żywo i analiza wyników
- Ustawianie celów i śledzenie konwersji

#### Ćwiczenia praktyczne

## 3. MARKETING W WYSZUKIWARKACH (SEM) -

#### Podstawy SEM

- Definicja i znaczenie SEM
- Różnice między SEO a SEM

#### Google Ads

- Strategia tworzenia skutecznych kampanii PPC (Pay-Per-Click)
- Wybór słów kluczowych: narzędzia do analizy słów kluczowych
- Definiowanie przekonujących reklam

- Zarządzanie kampaniami i optymalizacja kosztów

## Ćwiczenia praktyczne

### 4. ZASADY TWORZENIA KAMPANII REKLAMOWYCH W GOOGLE ADS - DZIAŁANIA DŁUGO I KRÓTKOTERMINOWE

- Jak planować i przewidywać zmiany krótko i długoterminowe w działaniach marketingowych.
- Przykłady strategicznych działań.
- Definiowanie celów i KPI
- Planowanie kampanii i promocji na najbliższe miesiące

### 5. PRZEKRÓJ NARZĘDZI GOOGLE W TWORZENIU STRATEGII MARKETINGOWEJ

#### Google Business Profile

- Definicja i cele użytkowania
- Kluczowe korzyści dla firm
- Praktyczne przykłady użycia

#### Google Looker Studio

- Tworzenie raportów i wizualizacji danych
- Integracja z narzędziami Google

#### Google Merchant Center

- Zasady Konfiguracji
- Zyski dla sklepów internetowych
- Praktyczne zastosowania

#### Google Tag Manager

- Czym jest i jak działa?
- Zalety integracji z innymi narzędziami
- Praktyczne zastosowania

#### Google Trends

- Analiza trendów wyszukiwań
- Identyfikacja popularnych tematów i słów kluczowych
- Monitorowanie zmian w zainteresowaniach użytkowników

#### Walidacja

Usługa prowadzona jest w formie ćwiczeń, chatu oraz dyskusji z uczestnikami szkolenia.

Usługa realizowana jest w godzinach dydaktycznych (45 min). Przerwy zostały uwzględnione w harmonogramie, są wliczone do liczby godzin usługi rozwojowej.

# Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 13

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<p><b>1 z 13</b></p> <p>WPROWADZENIE DO ŚWIATA MARKETINGU CYFROWEGO (wykład, chat, rozmowa, współdzielenie ekranu)</p>	Martin Hoszowski	03-08-2024	08:30	10:30	02:00
<p><b>2 z 13</b></p> <p>STRATEGIA TWORZENIA TREŚCI I ETYKA W MARKETINGU CYFROWYM (wykład, chat, rozmowa, ćwiczenia, współdzielenie ekranu)</p>	Martin Hoszowski	03-08-2024	10:30	12:30	02:00
<p><b>3 z 13</b> przerwa</p>	Martin Hoszowski	03-08-2024	12:30	13:00	00:30
<p><b>4 z 13</b></p> <p>PODSTAWY MEDIÓW SPOŁECZNOŚCI OWYCH - KOMUNIKACJA I WIZJA MARKI W MEDIACH (wykład, chat, rozmowa, ćwiczenia, współdzielenie ekranu)</p>	Martin Hoszowski	03-08-2024	13:00	14:30	01:30
<p><b>5 z 13</b></p> <p>OPTIMALIZACJA KAMPANII W MEDIACH SPOŁECZNOŚCI OWYCH (wykład, chat, rozmowa, ćwiczenia, współdzielenie ekranu)</p>	Martin Hoszowski	03-08-2024	14:30	16:15	01:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
6 z 13 SESJA Q&A (chat, rozmowa, ćwiczenia, współdzielenie ekranu)	Martin Hoszowski	03-08-2024	16:15	17:00	00:45
7 z 13 TWORZENIE PLANU DZIAŁANIA MARKERINU INTERNETOWEGO - SKUTECZNE NARZĘDZIA DO BUDOWANIA KAMPANII (wykład, chat, rozmowa, ćwiczenia, współdzielenie ekranu)	Martin Hoszowski	04-08-2024	08:30	12:30	04:00
8 z 13 przerwa	Martin Hoszowski	04-08-2024	12:30	13:00	00:30
9 z 13 MARKETING W WYSZUKIWARKACH (SEM) (wykład, chat, rozmowa, ćwiczenia, współdzielenie ekranu)	Martin Hoszowski	04-08-2024	13:00	14:30	01:30
10 z 13 ZASADY TWORZENIA KAMPANII REKLAMOWYCH W GOOGLE ADS - DZIAŁANIA DŁUGO I KRÓTKOTERMINOWE(chat, rozmowa, ćwiczenia, współdzielenie ekranu)	Martin Hoszowski	04-08-2024	14:30	15:30	01:00



Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>11 z 13</b> PRZEKRÓJ NARZĘDZII GOOGLE W TWORZENIU STRATEGII MARKETINGOWE J (wykład, chat, rozmowa, ćwiczenia, współdzielenie ekranu)	Martin Hoszowski	04-08-2024	16:00	16:30	00:30
<b>12 z 13</b> SESJA Q&A (chat, rozmowa, ćwiczenia)	Martin Hoszowski	04-08-2024	16:30	17:00	00:30
<b>13 z 13</b> walidacja (test, współdzielenie ekranów)	-	04-08-2024	17:00	17:45	00:45

## Cennik

### Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	4 500,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	4 500,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	195,65 PLN
Koszt osobogodziny netto	195,65 PLN

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



**1 z 1**

### Martin Hoszowski

Doświadczony lider, świetnie odnajdujący się w meandrach w cyfrowego świata z bogatym międzynarodowym doświadczeniem. Ukończył studia MBA na University Isabel I of Castile oraz

program stypendialny w Harvard Business School, gdzie poszerzał wiedzę biznesową; w London School of Economics doskonalił techniki negocjacji. Jest absolwentem studiów podyplomowych na Digital Marketing Institute, gdzie uzyskał status DMI Expert. Posiada certyfikaty branżowe m.in. od Amazon, Google i Microsoft.

Członek i mentor w Chartered Institute of Marketing. Udzielał się również, jako gościnny wykładowca w londyńskiej siedzibie Google, prowadząc specjalistyczne szkolenia z zakresu tworzenia treści i strategii cyfrowej dla europejskich partnerów YouTube. Od 2018 prowadzi szkolenia i doradztwo w zakresie marketingu cyfrowego oraz budowy marki.

Znany z kreatywnego i nieszablonowego myślenia, jest nie tylko teoretykiem, ale i doświadczonym praktykiem. Od 2022 roku jako COO w 21st Century Digital Teaching uruchomił platformę edukacyjną opartą na sztucznej inteligencji i uczeniu maszynowym, a od 2017 roku jako CDO w Dragonfly Biosciences wprowadzał pierwszą markę konopną na brytyjski rynek, zapewniając pełnoskalową dystrybucję produktów w sieciach detalicznych, takich jak Boots, Harrods, Lloyds Pharmacy, Sainsbury's i Tesco. W przeszłości współpracował z takimi markami jak B&O, Canal+, Credit Suisse, Four Seasons, Gerson Lehrman Group, HBO, Showtime, Le Méridie. W marketingu internetowym ponad 10 lat.

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały w postaci prezentacji i skryptów zostaną udostępnione dla uczestników podczas usługi oraz po jej realizacji.

### Warunki uczestnictwa

Warunkiem skorzystania z usługi jest bezpośredni zapis na usługę za pośrednictwem Bazy Usług Rozwojowych oraz wypełnienie ankiety oceniającej usługę rozwojową.

### Informacje dodatkowe

Usługa jest zwolniona z podatku VAT w przypadku, kiedy przedsiębiorstwo zwolnione jest z podatku VAT lub dofinansowanie wynosi co najmniej 70%. W innej sytuacji do ceny netto doliczany jest podatek VAT w wysokości 23%. Podstawa: §3 ust. 1 pkt. 14 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20.12.2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz szczegółowych warunków stosowania tych zwolnień (Dz.U. z 2018 r., poz. 701).

## Warunki techniczne

**Usługa prowadzona jest za pośrednictwem platformy Teams**

**W celu odbioru transmisji Szkolenia online Uczestnik powinien dysponować:**

- komputerem z zainstalowanym system operacyjnym Windows 7 albo nowszym albo macOS Sierra (10.12.6) albo nowszym lub urządzeniem mobilnym z zainstalowanym systemem operacyjnym Android (Lollipop) wersja 5.0 albo nowszym lub iOS wersja 9.3.5, albo nowszym, wyposażonym w ekran i głośniki;
- dostęp do sieci Internet, w zależności od wybranej jakości transmisji, o przepustowości łącza co najmniej: 240p 500 kbps 360p 1 Mbps 720p 3 Mbps, 1080p 7 Mbps 2K 12 Mbps 4K 22 Mbps;
- aktualną wersją przeglądarki Firefox, Opera, Microsoft Edge, Chrome lub Safari;
- włączoną kamerką internetową i mikrofonem
- Adobe acrobat w najnowszej wersji.

Podstawą do rozliczenia usługi, jest wygenerowanie z systemu raportu, umożliwiającego identyfikację wszystkich uczestników, oraz zastosowanego narzędzia.

## Kontakt



**Marta Skraba**

**E-mail** [marta@it-ec.pl](mailto:marta@it-ec.pl)

**Telefon** (+48) 451 055 967