



DIGITAL BRAND
MAGDALENA
GŁOMSKA



Marketing internetowy: Facebook, Instagram/Threads oraz TikTok z elementami AI. Videomarketing - rolki. Canva. System reklamowy Meta Advance. E-COMMERCE + SEO -optymalizacja pod wyszukiwarki. 6 dni [Kierunek-Rozwój, Małopolski pociąg do kariery, Bony Rozwojowe]

Numer usługi 2024/10/02/118911/2339694

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

📄 Usługa szkoleniowa

🕒 48 h

📅 14.10.2024 do 22.10.2024

4 320,00 PLN brutto

4 320,00 PLN netto

90,00 PLN brutto/h

90,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Identyfikator projektu	Małopolski Pociąg do kariery
Sposób dofinansowania	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	<p>Szkolenie skierowane jest do :</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 • Wspecjalizowanych działów w obrębie danej firmy - specjalistów ds. marketingu, PR, e-commerce • Instytucji i organizacji pozarządowych (NGO), fundacji, non-profit, spółdzielni, podmiotów społecznych itd. • Uczestników projektu Kierunek-Rozwój • 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".
Minimalna liczba uczestników	3

Maksymalna liczba uczestników	10
Data zakończenia rekrutacji	10-10-2024
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	48
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, TikTok oraz do wykorzystania różnych metod promocji firmy w sieci, za pomocą zarówno płatnych form reklamy jak i narzędzi bezpłatnych. Usługa przygotowuje do samodzielnego budowania widoczności w sieci za pomocą SEO oraz jej optymalizacji pod wyszukiwarki.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Planuje właściwe strategie SEO	Ocena kiedy warto inwestować w SEO, a kiedy nie warto	Test teoretyczny
	Stosuje SEO do pozyskiwania klientów	Test teoretyczny
	Dobiera odpowiednie słowa kluczowe	Test teoretyczny
	Buduje poprawną strukturę strony	Test teoretyczny
	Definiuje jak sprawdzić, czy firma pozycjonująca dobrze wykonuje swoją pracę	Test teoretyczny
	Stosuje SEO do pozyskiwania klientów	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Tworzy strony optymalne dla Google	Definiuje czym jest algorytm Google	Test teoretyczny
	Omawia czym jest zaufanie Google do strony i jaki ma ono wpływ na ruch	Test teoretyczny
	Tworzy Google Search Console na stronie	Test teoretyczny
	Planuje skuteczną strategię pozyskiwania klientów z Google	Test teoretyczny
	Wykorzystuje indeksowanie strony przez Google	Test teoretyczny
Używa sztucznej inteligencji (AI) w kontekście SEO	Wykorzystuje czat GPT oraz Claude jako narzędzie AI do generowania opisów	Test teoretyczny
	Dobiera słowa kluczowe z wykorzystaniem AI: czat GPT, Claude, Yoast	Test teoretyczny
	wykorzystuje sztuczną inteligencję przy kreowaniu strategii e-commerce, tworzeniu opisów, optymalizacji i automatyzacji procesów e-commerce.	Test teoretyczny
Tworzy krótki i długie filmy bezpośrednio z aplikacji Instagram i TikTok	Wykorzystuje dostępne mu narzędzia do tworzenia materiałów video	Test teoretyczny
	Edytuje nagrywane materiały.	Test teoretyczny
Wykorzystuje najważniejsze narzędzia na Facebooku i Instagramie w celu dostosowania ich do potrzeb i identyfikacji firmy	Wykorzystuje aplikację CapCut, Mojo, VN do tworzenia rolek	Test teoretyczny
	Wykorzystuje Narzędzia do planowania i Creatora Studio do planowania postów	Test teoretyczny
	Tworzy strategie marketingowe za pomocą Social Media	Test teoretyczny
Wykorzystuje najważniejsze narzędzia na Facebooku i Instagramie w celu dostosowania ich do potrzeb i identyfikacji firmy	Charakteryzuje pojęcia nowoczesnego marketingu cyfrowego	Test teoretyczny
	Definiuje zmiany zachodzące w algorytmie Facebooka i dostosuje swoje działania w sieci	Test teoretyczny
Wykorzystuje Canwę to tworzenia grafik na potrzeby Social Media	Wykorzystuje Canwę to tworzenia grafik na potrzeby Social Media	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Tworzy grupy docelowej dostosowanej dla swojej branży	Tworzy niestandardowe grupy w celach reklamowych	Test teoretyczny
	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 godzinach 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)

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

- Fundamenty Facebooka, ustawienia kart, zabezpieczenia
- Cele krótko i długoterminowe

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 - praktyka

- Kolekcja

- Formularz kontaktowy
- Post na dzień dobry
- Posty reklamowe na stronie
- Remarketing
- Piksel Facebooka
- Zdarzenia niestandardowe
- Analiza wyników kampanii
- Jak czytać raporty reklamowe na Facebooku

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. Statystyki 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

Blok I – Nasz własny sklep internetowy – dobre praktyki na 2024 rok.-teoria- rozmowa na żywo

- Przegląd platform sklepowych: WooCommerce, PrestaShop, Magento itp.
- Szata graficzna sklepu oraz pozytywne doświadczenie użytkownika (User eXperience),
- Z czego składa się dobry sklep internetowy: kategoria, produkt, checkout, mail,
- Jak zaprojektować i zoptymalizować skuteczną stronę produktową?
- **Jak wykorzystać sztuczną inteligencję do tworzenia chwytliwych opisów?**
- Audyt stron sprzedażowych.

Blok II – 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.
- **Automatyzacja procesów pozakupowych z wykorzystaniem sztucznej inteligencji**

Blok III – 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?

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

- Najważniejsze czynniki wpływające na pozycję 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:

Blok V – czynniki wpływające na pozycję w Google-teoria - rozmowa na żywo

- Działanie wyszukiwarki – wpływ sztucznej inteligencji na wyniki: personalizacja i hiper-personalizacja
- Roboty, wyszukiwarki, data center, boty AI
- Jak Google widzi Twoją stronę?

- Google PageRank – obecna wartość wskaźnika
- Google Insights – test wydajności strony
- Google Search Console – pozycja w wyszukiwarce
- Google Analytics – weryfikacja naszych strategii
- Dobór i analiza słów kluczowych
- Jak szukać odpowiednich słów kluczowych?
- Konkurencyjność fraz / na co pozycjonuje się konkurencja?
- Przegląd najlepszych narzędzi doboru fraz

Blok VI – SEO Copywriting: warsztaty oraz link building-teoria- rozmowa na żywo

- SEO Copywriting – jak pisać teksty przyjazne wyszukiwarkom?
- Pisanie tekstów z wykorzystaniem słów kluczowych
- **Wykorzystywanie sztucznej inteligencji do tworzenia tekstów**
- **Sprawdzanie statusów „Ai generated” vs „Human writing”**
- Jak uniknąć przeoptimalizowania witryny?
- Jak wpływać na pozycję w Google? – czynniki zewnętrzne
- Rodzaje linków, metody pozyskiwania linków (link building)
- W jaki sposób poprawnie linkować?
- Local SEO – coraz większe znaczenie
- Pozycjonowanie w wynikach lokalnych i mapach
- Elementy optymalizowane w mapach

Blok VII – narzędzia SEO, raporty SEO-teoria-rozmowa na żywo

- Profesjonalna analiza stron za pomocą narzędzi jak:
- Ahrefs – z wykorzystaniem AI
- MOZ
- Semrush
- Senuto
- Analiza konkurencji
- Automatyczne raporty SEO vs Profesjonalne Audyty SEO
- Najnowsze zmiany w algorytmach Google

Blok VIII – zaplecza i przyszłość SEO-praktyka- ćwiczenia

- Wszystko o zapleczach SEO
- Znaczenie hostingu w budowie zaplecza SEO
- Jak budować efektywne zaplecza
- Linkowanie mające negatywny wpływ na pozycję
- Najnowsze zmiany w algorytmach Google: **sztuczna inteligencja SGE**
- **Czy wszyscy zasilamy AI?**

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
<div style="background-color: #e91e63; color: white; padding: 2px; display: inline-block; font-weight: bold;">1 z 38</div> Przeprowadzenie testu wiedzy (pre-test w ramach walidacji)	-	14-10-2024	08:30	08:45	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
2 z 38 I Blok – Eksperyckie Sztuczki Instagrama i Threads- teoria+praktyka- rozmowa na żywo, ćwiczenia	Paulina Łuczak	14-10-2024	08:45	10:00	01:15
3 z 38 Przerwa	Paulina Łuczak	14-10-2024	10:00	10:30	00:30
4 z 38 II Blok – Zwiększanie wizerunku na Instagramie- teoria- rozmowa na żywo	Paulina Łuczak	14-10-2024	10:30	12:00	01:30
5 z 38 Przerwa 15 min	Paulina Łuczak	14-10-2024	12:00	12:15	00:15
6 z 38 III Blok – Instagram rolki – tworzymy efektowne nagrania bezpośrednio z aplikacji - praktyka, ćwiczenia	Paulina Łuczak	14-10-2024	12:15	13:45	01:30
7 z 38 IV blok – Threads- Rozszerzenie aplikacji Instagrama- teoria+ praktyka- rozmowa na żywo, ćwiczenia	Paulina Łuczak	14-10-2024	13:45	15:15	01:30
8 z 38 BLOK1 - Dlaczego TikTok? – teoria- rozmowa na żywo	Paulina Łuczak	15-10-2024	08:30	10:00	01:30
9 z 38 Przerwa 30 min	Paulina Łuczak	15-10-2024	10:00	10:30	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
10 z 38 BLOK 2 – TikTok rolki - tworzymy efektowne nagrania bezpośrednio z aplikacji – praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia.	Paulina Łuczak	15-10-2024	10:30	12:00	01:30
11 z 38 Przerwa 15 min	Paulina Łuczak	15-10-2024	12:00	12:15	00:15
12 z 38 BLOK 3 – CapCut – aplikacja do tworzenia rolek - praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia.	Paulina Łuczak	15-10-2024	12:15	13:45	01:30
13 z 38 BLOK 4 - CapCut i VN– zaawansowane funkcje - praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia.	Paulina Łuczak	15-10-2024	13:45	15:15	01:30
14 z 38 I Blok - Charakterystyka nowoczesnych narzędzi cyfrowych w budowaniu marketingu mix - teoria-rozmowa na żywo	Magdalena Głomska	17-10-2024	08:30	10:00	01:30
15 z 38 Przerwa 30 min	Magdalena Głomska	17-10-2024	10:00	10:30	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
16 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	17-10-2024	10:30	12:00	01:30
17 z 38 Przerwa 15 min	Magdalena Głomska	17-10-2024	12:00	12:15	00:15
18 z 38 III Blok - Charakterystyka zasad skutecznej komunikacji z wykorzystaniem mediów społecznościowych przy wykorzystaniu programu Canva - omówienie programu - teoria- rozmowa na żywo	Magdalena Głomska	17-10-2024	12:15	13:45	01:30
19 z 38 IV Blok - Praca w programie Canva - forma statyczna i dynamiczna- praktyka- ćwiczenia	Magdalena Głomska	17-10-2024	13:45	15:15	01:30
20 z 38 I Blok - Narzędzia marketingu internetowego w budowaniu marketingu mix – konfiguracja Business Menedżera - teoria+ praktyka- rozmowa na żywo, ćwiczenia	Magdalena Głomska	18-10-2024	08:30	10:00	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
21 z 38 Przerwa 30 min	Magdalena Głomska	18-10-2024	10:00	10:30	00:30
22 z 38 II Blok - Business Menedżer – grupy odbiorców (Audience Insights) - teoria+ praktyka ćwiczenia, rozmowa na żywo	Magdalena Głomska	18-10-2024	10:30	12:00	01:30
23 z 38 Przerwa 15 min	Magdalena Głomska	18-10-2024	12:00	12:15	00:15
24 z 38 III Blok - Menedżer reklam - Konto reklamowe czyli jak pozyskiwać klientów na FB, cele reklamowe - teoria+ praktyka ćwiczenia, rozmowa na żywo	Magdalena Głomska	18-10-2024	12:15	13:45	01:30
25 z 38 IV Blok - Tworzenie reklam - Teksty i formaty reklamowe - praktyka	Magdalena Głomska	18-10-2024	13:45	15:15	01:30
26 z 38 Blok I – Nasz własny sklep internetowy – dobre praktyki na 2024 rok.- teoria- rozmowa na żywo	Krzysztof Bernardyn	21-10-2024	08:30	10:00	01:30
27 z 38 Przerwa 30 min	Krzysztof Bernardyn	21-10-2024	10:00	10:30	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
28 z 38 Blok II – Customer journey map w praktyce – identyfikacja touchpointów i projektowanie ścieżki zakupowej klienta-teoria+ praktyka- rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Krzysztof Bernardyn	21-10-2024	10:30	12:00	01:30
29 z 38 Przerwa 30 min	Krzysztof Bernardyn	21-10-2024	12:00	12:30	00:30
30 z 38 Blok III – Planowanie kampanii sprzedażowych online – działania direct response i generowanie leadów w praktyce.- praktyka-ćwiczenia	Krzysztof Bernardyn	21-10-2024	12:30	14:00	01:30
31 z 38 Blok IV - Przedstawienie i omówienie najważniejszych czynników wpływających na pozycję- teoria+praktyka- rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Krzysztof Bernardyn	21-10-2024	14:00	15:30	01:30
32 z 38 Blok V – czynniki wpływające na pozycje w Google-teoria - rozmowa na żywo	Krzysztof Bernardyn	22-10-2024	08:30	10:00	01:30
33 z 38 Przerwa 30 min	Krzysztof Bernardyn	22-10-2024	10:00	10:30	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
34 z 38 Blok VI – SEO Copywriting: warsztaty oraz link building- teoria- rozmowa na żywo	Krzysztof Bernardyn	22-10-2024	10:30	12:00	01:30
35 z 38 Przerwa 30 min	Krzysztof Bernardyn	22-10-2024	12:00	12:30	00:30
36 z 38 Blok VII – narzędzia SEO, raporty SEO- teoria-rozmowa na żywo	Krzysztof Bernardyn	22-10-2024	12:30	14:00	01:30
37 z 38 Blok VIII – zaplecza i przyszłość SEO- praktyka- ćwiczenia	Krzysztof Bernardyn	22-10-2024	14:00	15:15	01:15
38 z 38 Przeprowadzenie testu wiedzy (post-test w ramach walidacji).	-	22-10-2024	15:15	15:30	00:15

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	4 320,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	4 320,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	90,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	90,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 3



1 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.



2 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.



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.

Informacje dodatkowe

- Zawarto umowę z WUP w Toruniu w ramach projektu Kierunek – Rozwój
- Szkolenie prowadzone jest w godzinach dydaktycznych (48 godzin dydaktycznych = 36 godzin zegarowych)

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 clickmeeting/ 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 – umożliwi 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