



ZWIĄZEK
PRACODAWCÓW
BRANŻY
INTERNETOWEJ
INTERACTIVE
ADVERTISING
BUREAU POLSKA



Planowanie działań marketingowych z wykorzystaniem Google Analytics 4 - poziom zaawansowany - szkolenie

Numer usługi 2024/11/08/9718/2402431

📍 zdalna w czasie rzeczywistym
🏠 Usługa szkoleniowa
🕒 10 h
📅 19.05.2025 do 20.05.2025

2 214,00 PLN brutto
1 800,00 PLN netto
221,40 PLN brutto/h
180,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Sposób dofinansowania	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	• agencje i domy mediowe chcące poszerzyć swoją wiedzę z obszaru analityki internetowej • specjaliści i freelancerzy z obszaru digital marketingu, którzy chcą lepiej mierzyć efekty prowadzonych działań • osoby korzystające z Google Analytics 4, które chcą rozszerzyć swoją wiedzę o narzędziu, strategii analitycznej i komplementarnych usługach • osoby pracujące nad rozwojem produktów cyfrowych (różne stanowiska w SaaS, marketplace, content) • pracownicy i menedżerowie odpowiadający za marketing, sprzedaż i konwersję w e-commerce z doświadczeniem w pracy z narzędziami analitycznymi i/lub hurtowniami danych (Business Intelligence) Usługa jest również adresowana do uczestników projektów: • Kierunek Kariera Zawodowa, • Kierunek – Rozwój.
Minimalna liczba uczestników	4
Maksymalna liczba uczestników	15
Data zakończenia rekrutacji	16-05-2025

Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	10
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Znak Jakości Małopolskich Standardów Usług Edukacyjno-Szkoleniowych (MSUES) - wersja 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje uczestników do prowadzenia zaawansowanych działań z wykorzystaniem analityki internetowej Google Analytics 4. Uczestnicy poznają metody weryfikacji poprawności wdrożenia narzędzi na stronie oraz dowiedzą się, w jaki sposób rozszerzyć zakres zbieranych danych o informacje specyficzne (niestandardowe) dla biznesu. W trakcie praktycznych ćwiczeń każdy uczestnik pozna Google Analytics 4.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
posługuje się wiedzą z zakresu zaawansowanych działań z wykorzystaniem analityki internetowej Google Analytics 4	omawia pojęcia związane z analizą danych dotyczących stron internetowych oraz zakres możliwych do pozyskania informacji z Google Analytics	Test teoretyczny
	interpretuje pozyskane dane oraz sugeruje działania w celu poprawy efektywności strony i prowadzonych działań promocyjnych	Test teoretyczny
	charakteryzuje pojęcia związane z atrybucją konwersji oraz analizą ścieżek wielokanałowych	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Efekty dotyczące umiejętności: Prowadzi działania marketingowe z wykorzystaniem Google Analytics 4	konfiguruje usługę Google Analytics zgodnie z potrzebami firmy dla usług internetowych i aplikacji mobilnych	Test teoretyczny
	zarządza użytkownikami, uprawnieniami i integracją usługi	Test teoretyczny
	tworzy i generuje raporty adekwatnie do potrzeb klienta	Test teoretyczny
	samodzielnie przeprowadza audyt konta i ocenia jakość zbieranych w usłudze danych, a w przypadku stwierdzenia braków - wdraża niezbędne zmiany	Test teoretyczny
	wykorzystuje komplementarne do Google Analytics narzędzia takie jak Google Analytics API w Google Sheets oraz Google Data Studio do szybszego przetwarzania danych i tworzenia efektywnych dashboardów dla zespołu i kadry menedżerskiej w firmie (organizacji)	Test teoretyczny
KOMPETENCJE SPOŁECZNE: Rozwija zdolności analityczne i strategicznego myślenia oraz umiejętności komunikacyjne w kontekście współpracy z zespołem oraz na linii klient - agencja	prezentuje analizę najważniejszych wskaźników marketingowych i uzasadniania swoje wnioski	Test teoretyczny

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

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

Zaświadczenie wydawane po zakończeniu usługi zawiera 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, wydane zaświadczenie 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, wydane zaświadczenie potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji.

Program

Moduł I

Audyt konta i jakości danych w Google Analytics 4 - 2 h (30 min teoria, 1h 30 min praktyka)

- checklista kontrolna konta Google Analytics 4 jak sprawdzić i poprawić kondycję działającej usługi Google Analytics 4
- dobre praktyki związane z pracą w Google Analytics 4: granularność danych, konwencje dotyczące nazewnictwa, organizacja pracy i narzędziownik PRO analityka w codziennej pracy
- wdrożenie CMP (Consent Management Platform) i Consent Mode w Google Analytics 4 w jaki sposób brak zgody użytkownika na śledzenie wpływa na jakość danych i jak działa modelowanie danych w GA4

Moduł II

Zaawansowana konfiguracja Google Analytics 4 via Google Tag Manager 2 h (30 min teoria, 1h 30 min praktyka)

- śledzenie e commerce z wykorzystaniem dataLayer omówienie wdrożenia śledzenia e commerce w Google Analytics 4 za pomocą Google Tag Managera na przykładzie WooCommerce
- śledzenie B2B z wykorzystaniem dataLayer omówienie wdrożenia popularnych zdarzeń w Google Analytics 4 za pomocą Google Tag Manager na przykładzie storny , której celem jest generowanie leadów Wordpress
- funkcje związane z identyfikacją użytkowników (User ID)
- import danych o kosztach kampanii
- modyfikacja zdarzeń w interfejsie Google Analytics 4
- konfiguracja konta, a współpraca z developerem w jaki sposób komunikować się z działami IT, aby zmaksymalizować ilość dostępnych danych w interfejsie Google Analytics 4

Moduł III

Eksploracja danych z wykorzystaniem Google Analytics 4 - 1h 30 min (15 min teoria, 1h 15praktyka)

- zaawansowane przykłady tworzenia eksploracji danych w module eksploracji
- kohorty , lejki funnels) i ścieżki paths) w jaki sposób przygotować dane, aby efektywnie korzystać z nich podczas eksploracji
- samodzielna praca z interfejsem eksploracji w oparciu o przygotowane ćwiczenia i zagadnienia

Moduł IV

Integracje dostępne w Google Analytics 4 - 2 h 20 min (30 min teoria, 1h 50 min praktyka)

- omówienie najważniejszych integracji dostępnych dla usług w Google Analytics 4
- wprowadzenie do BigQuery integracja z Google Analytics 4 oraz korzystanie z surowych danych zbieranych przez usługę
- integracja z Looker Studio w jaki sposób tworzyć dashboardsy , które pozwalają opowiadać historie stojące za danymi
- Google Analytics 4 API i Measurement Protocol przegląd rozwiązań pozwalających na poprawę jakości zbieranych danych i śledzenie interakcji występujących off line

Walidacja - test 10 min

Uczestnicy poznają przykłady prawidłowych i nieprawidłowych działań w zakresie Google Analytics wraz z omówieniem ich skuteczności i efektywności.

Warunki niezbędne do spełnienia przez uczestników usługi, aby realizacja usługi pozwoliła na osiągnięcie głównego celu: doświadczenie w operacyjnych działaniach z obszaru Google Analytics 4, aktywność na zajęciach, minimalny poziom frekwencji - 100%.

Godzina szkoleniowa = 45 min.

Trener dostosowuje przerwy do potrzeb uczestników (max. 10 min.) i odpowiednio wydłuża zajęcia. Przerwy nie są uwzględnione w harmonogramie. Przerwy nie wliczają się w czas trwania usługi.

Szkolenie skierowane jest do:

- pracowników agencji i domów mediowych chcące poszerzyć swoją wiedzę z obszaru analityki internetowej
- specjaliści i freelancerzy z obszaru digital marketingu, którzy chcą lepiej mierzyć efekty prowadzonych działań

- osoby korzystające z Google Analytics 4, które chcą rozszerzyć swoją wiedzę o narzędziu, strategii analitycznej i komplementarnych usługach
- osoby pracujące nad rozwojem produktów cyfrowych (różne stanowiska w SaaS, marketplace, content)
- pracownicy i menedżerowie odpowiadający za marketing, sprzedaż i konwersję w e-commerce z doświadczeniem w pracy z narzędziami analitycznymi i/lub hurtowniami danych (Business Intelligence)

Ćwiczenia praktyczne z interfejsem narzędzia będą obejmować m.in.:

- audyt konta Google Analytics - sprawdzenie jakości danych i poprawności wdrożenia narzędzia
- dual tagging - umiejętność wdrożenia Google Analytics za pomocą Google Tag Managera
- analiza danych z wykorzystaniem interfejsu Google Analytics 4 - samodzielna odpowiedź na pytania zadane w trakcie szkolenia
- praca z Google Analytics API i Measurement Protocol - umiejętność importu danych
- stworzenie dashboardu w Looker Studio - połączenie ze źródłem danych (Google Analytics 4) i wizualizowanie danych zebranych w usłudze

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 9

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 9 Moduł I: Audyt konta i jakości danych w Google Analytics 4 - rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu	Mateusz Muryjas	19-05-2025	10:00	10:30	00:30
2 z 9 Moduł I: ćwiczenia praktyczne - Ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Mateusz Muryjas	19-05-2025	10:30	12:00	01:30
3 z 9 Moduł II: Zaawansowana konfiguracja Google Analytics 4 via Google Tag Manager- ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy	Mateusz Muryjas	19-05-2025	12:00	12:30	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
4 z 9 Moduł II: ćwiczenia praktyczne - Ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Mateusz Muryjas	19-05-2025	12:30	14:00	01:30
5 z 9 Moduł III: Eksploracja danych z wykorzystaniem Google Analytics 4 - rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu	Mateusz Muryjas	20-05-2025	10:00	10:15	00:15
6 z 9 Moduł III: zajęcia praktyczne - Ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Mateusz Muryjas	20-05-2025	10:15	11:30	01:15
7 z 9 Moduł IV: Integracje dostępne w Google Analytics 4 - Ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Mateusz Muryjas	20-05-2025	11:30	12:00	00:30
8 z 9 Moduł IV: zjęcia praktyczne - Ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Mateusz Muryjas	20-05-2025	12:00	13:50	01:50
9 z 9 Walidacja - test online	-	20-05-2025	13:50	14:00	00:10

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	2 214,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 800,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	221,40 PLN
Koszt osobogodziny netto	180,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Mateusz Muryjas

Praktyk strategii i narzędzi analitycznych. Szkoleniowiec i prelegent na licznych konferencjach branżowych. Szkoli w obszarach związanych z analityką - ponad 500 godzin szkoleniowych. Specjalizuje się w wizualizacji danych, analityce internetowej i inżynierii danych. Pomaga firmom rozwiązywać problemy z analityką internetową i optymalizacją konwersji na każdym etapie - od konfiguracji, przez analizę, wnioskowanie po wizualizację i usprawnienie raportowania.

Obszary specjalizacji:

- ♦ wizualizacja danych - Google Data Studio
- ♦ ilościowa i jakościowa analiza danych - Google Analytics, Hotjar
- ♦ konfiguracja analityki i zarządzanie kodami śledzenia - Google Tag Manager, JavaScript, API
- ♦ rozwiązania server-side (Measurement Protocol, Facebook Server-Side API)
- ♦ analiza i przetwarzanie zbiorów danych (najczęściej Python: pandas, numpy i inne)

Doświadczenie zawodowe:

luty 2015 - do teraz

Digital Analyst & Data Scientist w <http://analityczny.it/>

gru 2017 – obecnie

CVO, Fundacja Inicjatyw Gospodarczych, Analitycznych i Technologicznych

sie 2018 – wrz 2020

Ministerstwo Cyfryzacji, członek grupy roboczej ds. cyfryzacji profesjonalistów

Ostatnie 5 lat aktywnie działa w branży marketingowej.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Po szkoleniu uczestnicy otrzymają materiały szkoleniowe w formie elektronicznej:

- materiały autorskie, opracowane przez wykładowców-praktyków, udostępniane uczestnikom drogą online, w formacie pdf.
- prezentację materiałów z internetu (serwisy www, infografiki, materiały multimedialne, filmy)
- bazę wiedzy: linki do serwisów i portali
- case study (najciekawsze przykłady z doświadczenia szkoleniowca)
- linki do publikacji branżowych IAB Polska

Uczestnicy otrzymają zaświadczenie o ukończeniu szkolenia, pod warunkiem min. 100% frekwencji.

Zalecane materiały do lektury:

- Zdarzenia – informacje - Analytics - Pomoc
- Google Analytics events - Tag Manager Help
- Specifications for Facebook Pixel Standard Events
- How to Use JavaScript Triggers to Start Recordings
- Przydatne materiały dodatkowe:
- Przykład: słownik tagów UTM by Analityczny (public) - przykładowy Excel pozwalający na organizację tagów w słownik, dzięki czemu zachowasz spójność w oznaczaniu ruchu przychodzącego
- A: UTM generator by Analityczny - public - przykładowy generator UTM z wykorzystaniem Google
- Sheets i dynamicznie wstawianych parametrów (za pomocą formuł)
- Campaign URL Builder – Google Analytics Demos & Tools - oficjalny URL builder z wykorzystaniem
- parametrów UTM stworzony przez Google
- Facebook Google Analytics URL Builder - oficjalny URL builder z wykorzystaniem parametrów UTM stworzony przez Facebooka
- Specifications for URL Dynamic Parameters
- Martyna Zastrożna - **Google Analytics w biznesie. Poradnik dla zaawansowanych** (Wydawnictwo Onepress, ISBN: 978-83-283-8374-6 lub 978-83-246-9500-3)
- Martyna Zastrożna - **Google Analytics dla marketingowców. Wydanie III lub II** (Wydawnictwo Onepress, ISBN: 978-83-283-8375-3 lub 978-83-246-8100-6)
- Krzysztof Marzec, Tomasz Trzósło - **AdWords i Analytics. Zostań certyfikowanym specjalistą** (Wydawnictwo Naukowe PWN, ISBN: 978-83-01-18960-0)
- Daniel Waisberg - **Google Analytics. Integracja i analiza danych** (Wydawnictwo Onepress, ISBN: 978-83-283-1896-0)
- Avinash Kaushik - **Web Analytics 2.0: The Art of Online Accountability and Science of Customer Centricity** (wersja angielska)
- Michael Loban, Alex Yastrebenetsky - **Crawl, Walk, Run. Advancing Analytics Maturity with Google Marketing Platform** (wersja angielska)

Warunki uczestnictwa

Aby uczestnik szkolenia mógł osiągnąć zakładane efekty uczenia się, niezbędna jest znajomość Google Analytics 4 na poziomie podstawowym lub średnio-zaawansowanym.

Informacje dodatkowe

Przed zapisaniem się proszę o kontakt szkolenia@dimaq.eu w celu potwierdzenia terminu i dostępności miejsc dla Uczestników.

Usługa szkoleniowa (nie dotyczy doradztwa) 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%.

Zapraszamy na inne szkolenia z e-marketingu, dostępne na stronie: <https://dimaq.pl/akademia-dimaq/>. Szkolenie może być również zorganizowane w formie szkolenia zamkniętego - na potrzeby konkretnego przedsiębiorstwa.

Warunki techniczne

Szkolenie będzie dostępne na platformie Zoom, Teams lub LiveWebinar. Każdy z uczestników dostanie link do szkolenia.

Minimalne wymagania sprzętowe, jakie musi spełniać komputer Uczestnika lub inne urządzenie do zdalnej komunikacji - system operacyjnych Windows, macOS i Linux, zalecany: procesor dwurdzeniowy o taktowaniu co najmniej 2 Ghz (Intel i3/i5/i7 lub ekwiwalent AMD), pamięć RAM - 4 Gb

Minimalne wymagania dotyczące parametrów łącza sieciowego, jakim musi dysponować

Uczestnik: dla audio 256 kb/s, Video w wersji HD – 4Mb/s – to są parametry górne graniczne.

System dopasowuje się do łącza i działa na każdych dostępnych parametrach.

Wskazane kamera i mikrofon.

Link umożliwiający uczestnictwo w spotkaniu on-line będzie aktywny przez cały okres trwania kursu.

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

Kontakt



Agnieszka Fabianowicz

E-mail a.fabianowicz@dimaq.eu

Telefon (+48) 515 992 599