



Podstawy marketingu internetowego - strategia, narzędzia i skuteczność

Numer usługi 2025/02/04/15085/2539743

3 114,00 PLN brutto

3 114,00 PLN netto

173,00 PLN brutto/h

173,00 PLN netto/h

CENTRUM
NAUCZANIA "LET'S
GO" Nazwa
skrótowa CN " LET'S
GO" KACPRZAK
MIROSŁAWA

★★★★★ 4,7 / 5

67 ocen

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

👤 Usługa szkoleniowa

🕒 18 h

📅 17.01.2026 do 24.01.2026

Informacje podstawowe

Kategoria	Informatyka i telekomunikacja / Internet
Identyfikatory projektów	Regionalny Fundusz Szkoleniowy II
Grupa docelowa usługi	Kurs skierowany dla osób, które chcą zdobyć umiejętności wykorzystywania social mediów oraz platform internetowych do poprawy wizerunku firmy oraz rozpowszechnienie jej marki. Szczególnie dedykowany jest do osób, które nie mają doświadczenia w wykorzystywaniu narzędzi cyfrowych w biznesie, dla osób rozpoczynających działania marketingowe online, właścicieli MŚP, specjalistów sprzedaży/obsługi, junior marketerów. Usługa adresowana również dla Uczestników Projektu " Kierunek – Rozwój" , "Fundusz Szkoleniowy II " , " Zachodniopomorski bon szkoleniowy"
Minimalna liczba uczestników	2
Maksymalna liczba uczestników	8
Data zakończenia rekrutacji	15-01-2026
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	18

Cel

Cel edukacyjny

Celem kursu jest poznanie produktów i usług cyfrowych do wykorzystania w działaniach marketingowych, reklamowych oraz zdobycie umiejętności obsługi platform internetowych . Po zakończeniu szkolenia uczestnik będzie potrafił planować, przygotowywać i realizować działania marketingu internetowego z wykorzystaniem SEO, contentu, social ads, e-mail automation i analityki, a następnie raportować wyniki i optymalizować kampanie pod KPI.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik planuje i tworzy strategię marketingową, definiuje persony i ustala KPI dla kampanii reklamowej	Ustala cele marketingowe i KPI	Test teoretyczny
	Analizuje rynek i identyfikuje nisze rynkowe konkurencji przy wykorzystaniu odpowiednich narzędzi	Test teoretyczny
	Przygotowuje brief z personami, celami smart i KPIkonwersji.	Test teoretyczny
Uczestnik projektuje strukturę kampanii reklamowej Social Ads i Copy kreacji	analizuje słowa kluczowe wykorzystując odpowiednie narzędzia	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Uczestnik buduje długoterminową strategię content marketingową Konfiguruje podstawowy pomiar i przygotowuje raport GA4	Oddaje plan kampanii z grupami, budżetami i 2 wariantami copy	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Oddaje dashboard KPI z wnioskami optymalizacyjnymi	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	stosuje sprawdzone techniki przygotowywania i promocji treści audio-wideo	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik charakteryzuje strategie social media marketingu dostosowane do specyfiki każdej platformy Projektuje elementy landing page i hipotezy CRO	dobiera platformy social media stosując właściwe kryteria wyboru i specyfikę każdego kanału	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Prezentuje makietę LP i 3 hipotezy testowe z metrykami	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?

TAK

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

TAK

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

TAK

Program

- Szkolenie jest adresowane dla osób które nie mają doświadczenia w wykorzystywaniu
- Internetu dla celów marketingowych. Realizowane będzie w jednej grupie szkoleniowej w formie zdalnej. Każdy uczestnik będzie pracował przy swoim stanowisku komputerowym Łączna liczba godzin szkolenia wynosi 18 h dydaktycznych (1 h dydaktyczna = 45 minut) - 6 h zajęć teoretycznych i 12 h zajęć praktycznych . Po każdym 2 h zajęć przewidywana jest przerwa -15 minut , nie wliczana do czasu zajęć.

Program szkolenia obejmuje następujące zagadnienia :

Moduł 1: Strategia marketingowa i KPI (5 h)

- Cele szczegółowe (uczestnik): definiuje persony i propozycję wartości; ustala cele SMART/KPI; opracowuje plan kanałów i budżetów; przygotowuje brief kampanii.
- Zakres merytoryczny:
 - Persony i JTBD; propozycja wartości i przewagi konkurencyjne.
 - Lejek marketingowo-sprzedażowy: TOFU/MOFU/BOFU.
 - KPI i metryki (CTR, CPC, CPA, ROAS, CLV); plan budżetu.
 - Struktura briefu i harmonogram działań (roadmap).
- Praktyka:
 - Warsztat: przygotowanie 1-stronicowego briefu oraz mapy kanałów z KPI.
 - Ćwiczenie: ocena przykładowych celów – korekta na SMART.

Moduł 2: Podstawy SEO i content marketing (4 h)

- Cele szczegółowe (uczestnik): przygotowuje analizę słów kluczowych; opracowuje strukturę treści; optymalizuje on-page; przygotowuje plan contentu.
- Zakres merytoryczny:
 - Podstawy SEO: intencja wyszukiwania, słowa kluczowe, on-page.
 - Struktura treści: tytuły, H1–H3, linkowanie wewnętrzne, meta.
 - Content marketing: typy treści, kalendarz, dystrybucja i recykling.
 - Narzędzia: GSC, Keyword Planner, darmowe analizatory treści.
- Praktyka:
 - Warsztat: mini-audyt on-page + plan 5 tematów contentowych z frazami.
 - Ćwiczenie: napisanie SEO-tekstu (250–300 słów) i checklist on-page.

Moduł 3: Social media i reklama płatna (4 h)

- Cele szczegółowe (uczestnik): dobiera kanały do person; przygotowuje strukturę kampanii; tworzy kreacje i copy; ustawia cele i budżety; planuje testy A/B.
- Zakres merytoryczny:

- Ekosystem: Meta
- Struktura kampanii: konto → kampania → zestaw → reklama.
- Targetowanie, remarketing, sygnały konwersyjne.
- Kreacja: zasady skutecznego copy i grafik/video.
- Praktyka:
- Warsztat: zbudowanie szkicu konta i kampanii (cele, grupy, budżet, testy A/B).
- Ćwiczenie: przygotowanie 2-3 wariantów copy + propozycje kreacji.

Moduł 4: Analityka i Atrybucja (2 h)

- Cele szczegółowe (uczestnik): konfiguruje podstawowe zdarzenia i cele; przygotowuje raporty GA4; interpretuje wyniki; opracowuje decyzje optymalizacyjne.
- Zakres merytoryczny:
- Podstawy GA4: zdarzenia, konwersje, raporty eksploracji.
- E-commerce/lead: śledzenie celów, UTM, podstawy atrybucji.
- Dashboard KPI – co raportować? cykl optymalizacji.
- Najczęstsze błędy pomiaru danych.
- Praktyka:
- Warsztat: projekt prostego dashboardu KPI + mapa decyzji „co dalej?”.
- Ćwiczenie: interpretacja 3 zrzutów raportów i rekomendacje zmian.

Moduł 5: Psychologia w marketingu i optymalizacja konwersji (3h)

- Cele szczegółowe (uczestnik): stosuje zasady perswazji; projektuje elementy landing page; przygotowuje hipotezy CRO i plan testów; opracowuje plan wdrożenia.
- Zakres merytoryczny:
- Mechanizmy wpływu: społeczny dowód, niedostępność, spójność, autorytet.
- Landing page: nagłówek, propozycja wartości, sekcje korzyści, CTA, zaufanie.
- CRO: hipoteza → test → wnioski; minimalne wymagania próbki.
- Plan wdrożeniowy 90-dniowy (quick wins i projekty).
- Praktyka:
- Warsztat: makieta landing page + lista elementów zaufania i CTA.
- Ćwiczenie: 3 hipotezy CRO z planem testu i metryką sukcesu.

Walidacja - obserwacja w warunkach rzeczywistych - ćwiczenia podsumowujące - 1 h

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 16

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 16 Strategia marketingowa i KPI	Rafał Przybył	17-01-2026	09:00	10:30	01:30
2 z 16 przerwa	Rafał Przybył	17-01-2026	10:30	10:45	00:15
3 z 16 Strategia marketingowa i KPI	Rafał Przybył	17-01-2026	10:45	12:15	01:30
4 z 16 przerwa	Rafał Przybył	17-01-2026	12:15	12:30	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
5 z 16 Strategia marketingowa i KPI	Rafał Przybył	17-01-2026	12:30	13:15	00:45
6 z 16 Podstawy SEO i content marketing	Rafał Przybył	19-01-2026	16:30	18:00	01:30
7 z 16 przerwa	Rafał Przybył	19-01-2026	18:00	18:15	00:15
8 z 16 Podstawy SEO i content marketing	Rafał Przybył	19-01-2026	18:15	19:45	01:30
9 z 16 Social media i reklama płatna	Rafał Przybył	20-01-2026	16:30	18:00	01:30
10 z 16 przerwa	Rafał Przybył	20-01-2026	18:00	18:15	00:15
11 z 16 Social media i reklama płatna	Rafał Przybył	20-01-2026	18:15	19:45	01:30
12 z 16 Analityka i Atrybucja	Rafał Przybył	24-01-2026	09:00	10:30	01:30
13 z 16 przerwa	Rafał Przybył	24-01-2026	10:30	10:45	00:15
14 z 16 Psychologia w marketingu i optymalizacja konwersji	Rafał Przybył	24-01-2026	10:45	12:15	01:30
15 z 16 przerwa	Rafał Przybył	24-01-2026	12:15	12:30	00:15
16 z 16 walidacja - obserwacja w warunkach rzeczywistych	-	24-01-2026	12:30	13:15	00:45

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
-------------	------

Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	3 114,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	3 114,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	173,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	173,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 2



1 z 2

Anna Mądry

Nauczyciel dyplomowany przedmiotów ekonomicznych i koordynator projektów unijnych w ZSP w Świeciu. Realizator projektów unijnych Erasmus+. W ostatnich dwóch latach opracowała programy dotyczące pozyskiwania i rozliczania projektów unijnych. Walidator szkoleń z zakresu ekonomii i projektów unijnych. Nieustannie rozwija i udoskonala swoje umiejętności między innymi poprzez uczestnictwo w kursach doszkalcających z wyżej wymienionego zakresu.



2 z 2

Rafał Przybył

Trener szkoleń z zakresu IT i social mediów .Jest kreatywną osobą z pozytywnym nastawieniem do ludzi. Czuję się dobrze w nowoczesnych technologiach, w marketingu, prezentacjach, budowaniu strategii. Jest również grafikiem, specjalizującym się w technice photobashing. Lubi wykorzystywać najnowsze rozwiązania i technologie do pokonywania zawodowych wyzwań. W ostatnich 2 latach przeprowadził kilkanaście szkoleń grupowych (grupy od 3- 6 osób) z zakresu marketingu internetowego i sztucznej inteligencji

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymują materiały szkoleniowe obejmujące ćwiczenia i zagadnienia programowe w wersji elektronicznej.

Warunki uczestnictwa

Dostawca usługi zapewnia realizację usługi rozwojowej uwzględniając potrzeby osób z niepełnosprawnościami (w tym również dla osób ze szczególnymi potrzebami) zgodnie ze Standardami dostępności dla polityki spójności 2021-2027

Informacje dodatkowe

Warunkiem uzyskania zaświadczenia jest uczestnictwo w co najmniej 80% zajęć usługi rozwojowej oraz aktywny udział w zajęciach .

Zapisując się na usługę uczestnik wyraża zgodę na rejestrowanie/nagrywanie swojego wizerunku na potrzeby monitoringu, kontroli oraz w celu utrwalenia efektów uczenia się.

Zawarto umowę z WUP w Toruniu w ramach projektu Kierunek- Rozwój, oraz WUP w Szczecinie w ramach projektu Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe.

Usługa prowadzona jest w przeliczeniu: 1 godzina zegarowa = 45 minut dydaktycznych.

Link do szkolenia będzie udostępniony 5 dni przed rozpoczęciem szkolenia

Warunki techniczne

Platforma Google Meet

Wymagania sprzętowe:

macOS X z systemem macOS 10.9 lub nowszym, Windows 10*

Urządzenia z systemem Windows 10 muszą być wyposażone w system Windows 10 Home, Pro lub Enterprise. Tryb S nie jest obsługiwany.

Windows 8 lub 8.1

Windows 7

Ubuntu 12.04 lub nowszy

Mint 17.1 lub nowszy

Red Hat Enterprise Linux 6.4 lub nowszy

Oracle Linux 6.4 lub nowszy

CentOS 6.4 lub nowszy

Fedora 21 lub nowszy

OpenSUSE 13.2 lub nowszy

ArchLinux (tylko 64-bitowy)

Minimalne: Procesor: Jednordzeniowy 1Ghz lub wyższy, Pamięć RAM: N/A

Zalecane: Procesor: Dwurdzeniowy 2Ghz lub szybszy (Intel i3/i5/i7 lub odpowiednik AMD), RAM: 4 Gb

Uwagi:

Laptopy dwurdzeniowe i jednordzeniowe mają obniżoną częstotliwość odświeżania obrazu podczas udostępniania ekranu (około 5klatek na sekundę). Aby uzyskać optymalną wydajność udostępniania ekranu na laptopach, zalecamy procesor czterordzeniowy lub szybszy.

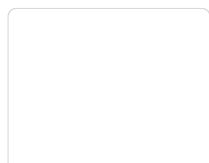
System Linux wymaga procesora lub karty graficznej obsługującej Open GL 2.0 lub wyższą.

Google Meet – wymagania techniczne dotyczące połączenia sieciowego:

720p HD: 1,2 Mb/s (przesyłanie/pobieranie) 1080p HD: 3,8Mb/s/3,0Mb/s (przesyłanie/pobieranie)

Okres ważności linku: w przypadku spotkania zaplanowanego link jest aktywny do momentu odbycia się spotkania.

Kontakt



MIROŚŁAWA KACPRZAK

E-mail cn.centrum@gmail.com



Telefon (+48) 513 104 504