



Marketing Online -  
Piotr Guziur



## Szkolenie Google Ads/forma zdalna

Numer usługi 2025/03/06/16416/2602686

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 18 h

📅 11.06.2025 do 13.06.2025

2 201,70 PLN brutto

1 790,00 PLN netto

122,32 PLN brutto/h

99,44 PLN netto/h

## 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 dla osób, które: <ul style="list-style-type: none"><li>• myślą o samodzielnym prowadzeniu kampanii</li><li>• chcą zweryfikować swoje dotychczasowe działania i pogłębić wiedzę</li><li>• chcą zacząć pracować jako specjalista SEM</li></ul> Szkolenie kierowane również do osób korzystających z projektu Kierunek Kariera Zawodowa. Usługa adresowana również do uczestników projektu „Kierunek – Rozwój
<b>Minimalna liczba uczestników</b>	5
<b>Maksymalna liczba uczestników</b>	20
<b>Data zakończenia rekrutacji</b>	10-06-2025
<b>Forma prowadzenia usługi</b>	zdalna w czasie rzeczywistym
<b>Liczba godzin usługi</b>	18
<b>Podstawa uzyskania wpisu do BUR</b>	Znak Jakości Małopolskich Standardów Usług Edukacyjno-Szkoleniowych (MSUES) - wersja 2.0

# Cel

## Cel edukacyjny

Szkolenie pozwoli opanować podstawowe funkcjonalności narzędzia Google Ads i zagadnień z zakresu reklamy SEM. Podczas warsztatów uczestnik uzupełni wiedzę o reklamie w wyszukiwarkach w oparciu o praktyczne ćwiczenia, pozna pozostałe formy reklamowe, m.in. Display, Remarketing, YouTube i Gmail. Szkolenie pozwoli samodzielnie prowadzić kampanie reklamowe w wyszukiwarce.

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

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Tworzy kampanie reklamowe	-Uczestnik zna system Google Ads -Uczestnik zakłada kampanie reklamowe z poprawnymi ustawieniami -Uczestnik zarządza kampaniami reklamowymi	Test teoretyczny
		Wywiad swobodny
Rozróżnia typy kampanii	-Uczestnik posiada wiedzę o Google Display Network -Uczestnik potrafi rozróżnić kampanie reklamowe -Uczestnik używa Google Ads Editor -Uczestnik charakteryzuje kampanie Discovery/Performance Max/kampanie w YouTube	Test teoretyczny
		Wywiad swobodny
Optymalizuje kampanie	-Uczestnik optymalizuje już istniejącą kampanię -Uczestnik poprawia efektywność swoich działań w Internecie	Test teoretyczny
		Wywiad swobodny

# Kwalifikacje

## Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

### Warunki uznania kompetencji

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

Tak - po zakończonym szkoleniu zostanie wystawiony certyfikat, który 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, certyfikat 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 - zaświadczenie, które otrzymuje uczestnik potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji.

# Program

GOOGLE ADS OD PODSTAW

## DZIEŃ 1

9:00 - 9:30 Rejestracja do platformy Zoom

9:30 - 11:00 Część pierwsza szkolenia

### Wstęp: Search Engine Marketing

- SEM, czyli marketing w wyszukiwarkach
- Inne systemy reklamowe w wyszukiwarkach

### Miejsca wyświetlania i formaty reklam w Google Ads (AdWords)

- Sieć wyszukiwania i reklamowa
- Formaty reklam w wyszukiwarce

### Sukces w Google Ads: 10 Kroków do Efektywnej Kampanii

**Typy kampanii Google Ads oraz rodzaje kierowania reklam** - Jak efektywnie dotrzeć z reklamą do odpowiedniej grupy docelowej

- Kampania w sieci wyszukiwania
- Kampania produktowa – standardowa
- Kampania w sieci reklamowej GDN:
- Kampania w sieci reklamowej
- Kampania remarketingowa
- Kampania Performance Max
- Kampania Demand Gen
- Kampania YouTube
- Kampania promująca aplikację
- Jak wybrać typ kampanii?
- – etapy lejka sprzedażowego
- – typ kampanii a cel reklamowy

11:00 - 11:15 Przerwa

11:15 - 12:45 II część szkolenia

### Struktura konta i kampanii Google Ads

- Najważniejsze pojęcia
- Nawigacja po koncie Google Ads (ćwiczenie warsztatowe)
- Organizacja kont oraz prawidłowa struktura konta Google Ads
- Skuteczny i efektywny podział kampanii
- Słowa kluczowe, rodzaje słów, opcje dopasowania oraz czym jest long tail?
- Narzędzia do wyszukiwania słów kluczowych (m.in Planer słów kluczowych, ChatGPT)
- Teksty reklamowe i komponenty reklam (rozszerzenia)
- Optymalna struktura konta i kampanii
- Omówienie najczęstszych błędów w strukturze kampanii

### Ustawienia kampanii Google Ads

- Najważniejsze ustawienia kampanii
- Audyt ustawień kampanii

### Audyt i optymalizacja Wyniku Jakości

- Jak jest obliczany Wynik Jakości?

- Audyt wyniku jakości w Twojej kampanii (warsztat)
- Jak zwiększyć CTR? (warsztat)
- Jak optymalizować jakość reklam (warsztat)
- Jak optymalizować jakość stron docelowych? (warsztat)

### **Analiza konkurencji w Google Ads**

- Analiza aukcji
- Narzędzie do podglądu reklam konkurencji

12:45 - 13:45 Przerwa na lunch

13:45 - 15:15 III część szkolenia

### **Raportowanie i optymalizacja konwersji**

- Omówienie wskaźników konwersji
- Źródła konwersji
- Wymiary i najważniejsze zasady w optymalizacji konwersji
- Raporty dotyczące konwersji
- Najczęstsze błędy w pomiarze konwersji

### **Optymalizacja budżetu i licytacji**

- Model aukcyjny oraz ranking reklam
- Jak licytować stawki?
- Najczęstsze błędy popełniane w prowadzeniu kampanii Google Ads
- Estymacje efektywności i optymalny budżet kampanii
- Trendy w wyszukiwaniu słów kluczowych
- Zaawansowane metody estymacji ceny i liczby kliknięć

15:15 - 15:30 Przerwa

15:30 - 17:00 IV część szkolenia

### **Egzaminy i Certyfikaty Google Ads**

- Certyfikaty Indywidualne z Google Ads
- Wymagania i egzamin
- Nauka do egzaminu z Google Ads

### **Program Google Partners**

- Poziomy partnerów Google oraz wymagania
- Współpraca z Google

### **Ocena oferty Google Ads**

- Podstawowe zasady współpracy z agencją i standardy jakości, czyli czego wymagać od oferty?
- Jak oceniać oferty Google Ads?

### **Zakończenie i podsumowanie szkolenia**

## **DZIEŃ 2**

### **GOOGLE ADS – BUDOWA I PROWADZENIE KAMPANII W WYSZUKIWARCE (WARSZTATY)**

9:00 - 9:30 Rejestracja do platformy Zoom

9:30 - 11:00 Część pierwsza szkolenia

### **Wstęp: najważniejsze elementy skutecznej kampanii Google Ads**

- Konto Menadżera i zarządzanie dostępem do kont Google Ads
- Zakładanie konta Google Ads
- Opcje płatności za kampanię
- Struktura Konta Google Ads
- Lista TO DO – przed startem kampanii

## **Pomiar konwersji w Google Ads**

- Narzędzie konwersji Google Ads
- Atrybucja konwersji
- Konfigurowanie pomiaru konwersji w Google Ads – ćwiczenie warsztatowe
- Call Metrics – monitorowanie konwersji telefonicznej
- Czym jest Google Tag Manager i do czego służy?
- Instalacja skryptów mierzących konwersje na witrynie poprzez GTM – ćwiczenie warsztatowe

11:00 - 11:15 Przerwa

11:15 - 12:45 II część szkolenia

## **Prawidłowe ustawienia kampanii skierowanej na wyszukiwarke (warsztat)**

- Zakładanie pierwszej kampanii
- Strategia ustalania stawek
- Ustawienia dotyczące typu kampanii i kierowania reklam
- Ustawienia geograficzne
- Określanie optymalnego budżetu kampanii
- Pozostałe ustawienia

## **Słowa kluczowe w kampanii skierowanej na wyszukiwarke**

- Planer słów kluczowych
- Budowa listy słów kluczowych – ćwiczenia warsztatowe

12:45 - 13:45 Przerwa na lunch

13:45 - 15:15 III część szkolenia

## **Teksty reklam**

- Dodawanie i edycja reklamy
- Optymalizacja tekstów reklamowych
- Zasady redakcyjne
- Funkcja KeyWord

## **Google Ads Editor – warsztat**

- Budowa struktury kampanii Google Ads z użyciem Ads Editor
- Instalacja i konfiguracja Google Ads Editor
- Tworzenie struktury kampanii oraz dodawanie słów kluczowych
- Tworzenie tekstów reklam oraz dodawanie do konta przez Google Ads Editor
- Arkusze kalkulacyjne i funkcje przydatne w tworzeniu kampanii Google Ads
- Zarządzanie masowymi zmianami w kampanii oraz współpraca w Ads Editor

15:15 - 15:30 Przerwa

15:30 - 17:00 IV część szkolenia

## **Rozszerzenia reklam**

- Omówienie wszystkich typów rozszerzeń reklam
- Dodawanie rozszerzeń reklam do kampanii – ćwiczenie warsztatowe

## **Kampanie RLSA**

- Remarketing dla wyszukiwarek

## **Zakończenie i podsumowanie szkolenia**

## **DZIEŃ 3**

GOOGLE ADS - POZOSTAŁE FORMY REKLAMOWE (DISPLAY, REMARKETING, YOUTUBE, GMAIL)

9:00 - 9:30 Rejestracja do platformy Zoom

9:30 - 11:00 Część pierwsza szkolenia

### **Kampanie w Google Display Network**

- Charakterystyka Google Display Network
- Sposoby kierowania reklam w GDN

### **Formaty reklam oraz zasady redakcyjne w GDN**

- Banery i reklamy elastyczne w GDN
- Graficzne formaty reklamowe w GDN
- Reklamy Discovery
- Zasady redakcyjne i specyfikacja reklam w GDN

11:00 - 11:15 Przerwa

11:15 - 12:45 II część szkolenia

### **Zakładanie kampanii GDN (warsztat)**

- Zakładanie nowej kampanii w GDN i prawidłowe ustawienia
- Dodawanie grupy reklam do kampanii
- Dodawanie banerów do kampanii GDN
- Dodawanie reklam elastycznych do kampanii GDN
- Strategie optymalizacji kampanii GDN

### **Kampanie remarketingowe w Google Ads (warsztat)**

- Na czym polegają kampanie remarketingowe?
- Budowa list remarketingowych
- Listy Remarketingowe w Google Analytics
- Założenie i prowadzenie kampanii remarketingowej
- Optymalizacja kampanii remarketingowych
- Analiza konwersji w kampaniach remarketingu

12:45 - 13:45 Przerwa na lunch

13:45 - 15:15 III część szkolenia

### **Kampanie Performance Max**

- Zakładanie kampanii Performance Max
- Prawidłowe ustawienia kampanii
- Optymalizacja kampanii Performance Max

### **Kampanie Discovery w Google Ads**

- Rodzaj reklam Discovery Google Ads
- Specyfika kampanii Discovery
- Zakładanie kampanii Discovery
- Dodawanie grupy reklam do kampanii

15:15 - 15:30 Przerwa

15:30 - 17:00 IV część szkolenia

### **Kampanie Google Ads w YouTube (warsztat)**

- Rodzaje reklam Google Ads na YouTube
- Tworzenie kampanii na YouTube
- Wybór metod kierowania reklam na YT
- Optymalizacja kampanii YT
- Dodatkowe badania w kampaniach YouTube – Brand Lift

### **Optymalizacja Quality Score w GDN**

- Optymalizacja Quality Score poprzez zwiększenie CTR w sieci reklamowej (GDN)
- Optymalizacja QS – ćwiczenia warsztatowe

## Zakończenie i podsumowanie szkolenia

### Zalety:

Szkolenie na żywo w czasie rzeczywistym

Interaktywna platforma

Chat do komunikacji

Udostępnianie ekranu

Materiały w formie elektronicznej

Podczas szkolenia uczestnik ma dostęp do:

- zestawu praktycznych ćwiczeń realizowanych pod kierunkiem doświadczonego trenera, które pozwalają na bieżąco weryfikować nabywane umiejętności
- przykładów prawidłowych i nieprawidłowych działań w zakresie Google Ads wraz z omówieniem ich skuteczności i efektywności

## Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 22

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>1 z 22</b> Wstęp: Search Engine Marketing, Miejsca wyświetlania i formaty reklam w Google Ads, Sukces w Google Ads: 10 Kroków do Efektywnej Kampanii, Typy kampanii Google Ads oraz rodzaje kierowania reklam	Marta Piosek	11-06-2025	09:30	11:00	01:30
<b>2 z 22</b> Przerwa	Marta Piosek	11-06-2025	11:00	11:15	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
3 z 22 Struktura konta i kampanii Google Ads, Ustawienia w kampanii Google Ads, Audyt i optymalizacja Wyniku Jakości czyli jak zmniejszyć koszty reklamy, Analiza konkurencji w Google Ads	Marta Piosek	11-06-2025	11:15	12:45	01:30
4 z 22 Przerwa	Marta Piosek	11-06-2025	12:45	13:45	01:00
5 z 22 Raportowanie i optymalizacja konwersji, Optymalizacja budżetu i licytacji	Marta Piosek	11-06-2025	13:45	15:15	01:30
6 z 22 Przerwa	Marta Piosek	11-06-2025	15:15	15:30	00:15
7 z 22 Egzaminy i Certyfikaty Google Ads, Program Google Partners, Ocena oferty Google Ads	Marta Piosek	11-06-2025	15:30	17:00	01:30
8 z 22 Wstęp: Najważniejsze elementy skutecznej kampanii Google Ads, Pomiar konwersji w Google Ads	Łukasz Zwonik	12-06-2025	09:30	11:00	01:30
9 z 22 Przerwa	Łukasz Zwonik	12-06-2025	11:00	11:15	00:15



Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>10 z 22</b> Prawidłowe ustawienia kampanii skierowanej na wyszukiwarke (warsztat), Słowa kluczowe w kampanii skierowanej na wyszukiwarke	Łukasz Zwonik	12-06-2025	11:15	12:45	01:30
<b>11 z 22</b> Przerwa	Łukasz Zwonik	12-06-2025	12:45	13:45	01:00
<b>12 z 22</b> Teksty reklam, Google Ads Editor – warsztat	Łukasz Zwonik	12-06-2025	13:45	15:15	01:30
<b>13 z 22</b> Przerwa	Łukasz Zwonik	12-06-2025	15:15	15:30	00:15
<b>14 z 22</b> Rozszerzenia reklam, Kampanie RLSA	Łukasz Zwonik	12-06-2025	15:30	17:00	01:30
<b>15 z 22</b> Kampanie w Google Display Network, Formaty reklam oraz zasady redakcyjne w GDN	Łukasz Zwonik	13-06-2025	09:30	11:00	01:30
<b>16 z 22</b> Przerwa	Łukasz Zwonik	13-06-2025	11:00	11:15	00:15
<b>17 z 22</b> Zakładanie kampanii GDN (warsztat), Kampanie remarketingowe w Google Ads (warsztat)	Łukasz Zwonik	13-06-2025	11:15	12:45	01:30
<b>18 z 22</b> Przerwa	Łukasz Zwonik	13-06-2025	12:45	13:45	01:00
<b>19 z 22</b> Kampanie Performance Max (warsztat), Kampanie Discovery w Google Ads	Łukasz Zwonik	13-06-2025	13:45	15:15	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>20 z 22</b> Przerwa	Łukasz Zwonik	13-06-2025	15:15	15:30	00:15
<b>21 z 22</b> Kampanie Google Ads w YouTube (warsztat), Optymalizacja Quality Score w GDN	Łukasz Zwonik	13-06-2025	15:30	16:45	01:15
<b>22 z 22</b> Walidacja	-	13-06-2025	16:45	17:00	00:15

## Cennik

### Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	2 201,70 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 790,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	122,32 PLN
Koszt osobogodziny netto	99,44 PLN

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 2



**1 z 2**

### Łukasz Zwonik

Starszy Specjalista SEM w Marketing Online, a także certyfikowany Specjalista z Google Ads i Google Analytics. Z branżą SEM związany od ponad 10 lat. Prowadził kampanie dla wielu znanych marek takich jak: BMW, Pracuj, Polbank, Allianz Direct, Cartoon Network, Go Sport czy Matras. Zna i praktykuje Programmatic Buying – DoubleClick Bid Manager. Zna najnowsze narzędzia i techniki stosowane w SEM w kraju jak i na świecie poprzez bieżącą aktualizację swojej wiedzy na potrzeby prowadzenia szkoleń i projektów SEM dla klientów Marketing Online. Prowadzi szkolenia otwarte jak i dedykowane z zakresu SEM w firmie Marketing Online i posiada ponad 1000 godzin doświadczenia w zakresie edukacji osób dorosłych. [szkolenia@marketingonline.pl](mailto:szkolenia@marketingonline.pl)  
533 233 930

**2 z 2**





## Marta Piosek

Starszy Specjalista SEM w Marketing Online z 10-letnim doświadczeniem, a także certyfikowany Specjalista Google Ads i Analytics. Z wykształcenia Matematyk, który umiejętnie łączy projektowanie i optymalizację skutecznej strategii marketingowej wraz ze szczegółową analizą danych w kampaniach reklamowych. Jej pasją do tworzenia efektywnych kampanii reklamowych Google Ads przeplata się z umiejętnością przekazywania tej wiedzy zarówno uczestnikom szkoleń jak i kształcąc asystentów, którzy dzięki jej wsparciu stawali się specjalistami w tej dziedzinie. Zamiłowanie do przeprowadzania Audytów kampanii Google Ads umożliwia precyzyjne zidentyfikowanie obszarów do poprawy i optymalizacji. Ta wiedza staje się kluczowym elementem prowadzonych szkoleń, które są konkretne i oparte na rzeczywistych przypadkach. Uczestnicy nie tylko zdobywają teoretyczną wiedzę, lecz także uczą się praktycznych metod poprawy skuteczności swoich kampanii. [szkolenia@marketingonline.pl](mailto:szkolenia@marketingonline.pl)  
533 233 930

# Informacje dodatkowe

## Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Po ukończeniu szkolenia każdy Uczestnik otrzyma dostęp do Akademii Marketing Online, a tam do przeglądania materiałów ze szkolenia:

- Prezentacje szkoleniowe z linkami do artykułów/danych/publikacji/książek polsko- i obcojęzycznych dotyczących prezentowanych zagadnień
- Nagrania ze szkolenia na żywo
- Szkolenie w formie e-learning z Podstaw Marketingu w Internecie z interaktywnymi quizami

## Informacje dodatkowe

Szkolenie prowadzone na żywo, w czasie rzeczywistym.

Szkolenie prowadzone jest w wymiarze - 20% teoretycznym, 80% praktycznym.

Dostęp do prezentacji oraz innych materiałów online.

Zawarto umowę z WUP w Toruniu w ramach projektu Kierunek – Rozwój

**W związku z posiadaniem przez nas znakiem jakości Małopolskich Standardów Usług Edukacyjno - Szkoleniowych (MSUES 2.0) mają Państwo możliwość składania do WUP Kraków (Centrum Zapewniania Jakości Kształcenia) informacji o niskiej jakości usług, niezgodności działalności instytucji z wymaganiami MSUES osobiście, telefonicznie lub mailowo na adres: [jakosc@wup-krakow.pl](mailto:jakosc@wup-krakow.pl)**

# Warunki techniczne

**Szkolenie prowadzone w formie online za pośrednictwem platformy Zoom. Aby uczestniczyć w szkoleniu każdy uczestnik musi przygotować we własnym zakresie odpowiedni sprzęt, który zapewni możliwość uzyskania odpowiednich efektów uczenia się:**

- PC, laptop lub telefon komórkowy z łączem internetowym (stałe lub mobilne 3G lub 4G/LTE)
- System operacyjny: macOS X z macOS 10.7 lub nowszym, Windows 10, Windows 8 lub 8.1, Windows 7, Windows Vista z SP1 lub dedykowana aplikacja mobilna z AppStore lub GooglePlay
- Wbudowany mikrofon/zestaw słuchawkowy dla osób chcących zadawać pytania głosowo (nie przez chat)
- przeglądarka internetowa Chrome lub FireFox
- mikrofon i kamera na potrzeby ewentualnego monitoringu usługi zdalnej.

# Kontakt



**Paulina Wilk**

**E-mail** [szkolenia@marketingonline.pl](mailto:szkolenia@marketingonline.pl)

**Telefon** (+48) 533 233 930