



Ernabo Adrian Flak



Szkolenie z zakresu SEO, Google Ads i Social Media

Numer usługi 2025/03/06/22948/2602736

📍 Wrocław / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 36 h

📅 09.06.2025 do 13.06.2025

5 344,00 PLN brutto

5 344,00 PLN netto

148,44 PLN brutto/h

148,44 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Sposób dofinansowania	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Szkolenie skierowane do pracowników oraz właścicieli firmy zajmującej się sprzedażą jednorazowych opakowań oraz naczyń EKOLOGICZNYCH. Grupa odbiorców szkolenia to osoby posiadające podstawową wiedzę z zakresu SEO, Google Ads i SM, która pragnie poszerzyć swoje umiejętności oraz dzięki nim rozwijać przedsiębiorstwo.
Minimalna liczba uczestników	4
Maksymalna liczba uczestników	4
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	36
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Certyfikat systemu zarządzania jakością wg. ISO 9001:2015 (PN-EN ISO 9001:2015) - w zakresie usług szkoleniowych

Cel

Cel edukacyjny

Celem szkolenia jest zapoznanie uczestników ze skutecznymi strategiami e-commerce, obejmującymi SEO, Google Ads i marketing w mediach społecznościowych. Uczestnicy nauczą się, jak efektywnie promować swoje produkty i usługi online, zwiększać widoczność w wyszukiwarkach, optymalizować kampanie reklamowe oraz angażować klientów na platformach społecznościowych. Szkolenie ma na celu dostarczenie praktycznych umiejętności, które pozwolą na skuteczną promocję biznesu w Internecie.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
PLANOWANIE WYKORZYSTANIA TREŚCI MARKETINGOWYCH W STRATEGII MARKETINGOWEJ PRZEDSIĘBIORSTWA.	1. Analizuje strategię marketingową przedsiębiorstwa: - omawia dostępne działania marketingowe służące przygotowaniu treści marketingowych; - analizuje narzędzia marketingowe stosowane w przedsiębiorstwie (strona internetowa, media społecznościowe, blogi, fora internetowe, grupy dyskusyjne, portale internetowe, artykuły prasowe, materiały drukowane) pod kątem treści marketingowej; - charakteryzuje działania marketingowe podejmowane w przedsiębiorstwach o zbliżonym profilu działalności; - sporządza prezentację dotyczącą strategii marketingowej przedsiębiorstwa.	Test teoretyczny
	2. Planuje działania związane z opracowaniem i dystrybucją treści marketingowych: - rozpoznaje i charakteryzuje potrzeby przedsiębiorstwa np. na podstawie przeprowadzonego wywiadu; - identyfikuje docelowe grupy odbiorców treści marketingowych; - określa cele działań w zakresie treści marketingowych i wskaźniki ich realizacji; - charakteryzuje kanały dystrybucji treści marketingowych; - dobiera kanały dystrybucji do grup odbiorców oraz rodzaju treści marketingowych; - wyszukuje tematy do tworzenia treści marketingowych; - omawia zasady tworzenia treści marketingowych w zależności od kanału dystrybucji i grupy docelowej (z uwzględnieniem słów kluczowych, rodzajów treści multimedialnych, atrakcyjności i perswazyjności przekazu); - omawia przepisy prawa autorskiego i RODO w zakresie korzystania z utworu; - planuje wykorzystanie innych zasobów do tworzenia treści marketingowych (z zewnątrz i wewnątrz przedsiębiorstwa); - tworzy harmonogram oraz określa zadania zespołu; - tworzy budżet opracowania i dystrybucji treści marketingowych;	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
		Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
PRZYGOTOWYWANIE TREŚCI MARKETINGOWYCH.	1. Redaguje tekst dostosowany do kanału dystrybucji: - rozróżnia rodzaje/gatunki tekstów tworzonych dla wybranych kanałów dystrybucji; - sporządza tekst odpowiedni do kanału dystrybucji na podstawie tekstu źródłowego; - optymalizuje treści dla potrzeb marketingu w wyszukiwarkach (SEM, SEO, PPC); - omawia zasady przygotowania treści zgodnie z obowiązującym standardem WCAG.	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	2. Opracowuje materiały graficzne: - rozróżnia rodzaje materiałów graficznych; - wymienia źródła materiałów graficznych; - charakteryzuje formaty plików graficznych; - tworzy scenariusz sesji zdjęciowej; - wykonuje zdjęcia zgodnie z zasadami kompozycji; - stosuje programy i aplikacje do obróbki zdjęć (kadruje, dodaje napisy, stosuje filtry graficzne); - dostosowuje plik graficzny do kanału dystrybucji; - przygotowuje wytyczne dla grafika komputerowego.	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	3. Opracowuje materiały audiowizualne: - rozróżnia rodzaje/gatunki materiałów audiowizualnych; - określa cel materiału audiowizualnego; - tworzy scenariusz materiału audiowizualnego; - przygotowuje wytyczne dla wykonawcy materiału audiowizualnego; - omawia zasady przygotowania materiałów audiowizualnych zgodnie z obowiązującym standardem WCAG.	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Dystrybuowanie treści marketingowych.	1. Publikuje treści marketingowe: - tworzy proste strony internetowe (w tym tzw. landing pages); - omawia znaczniki HTML oraz CSS według standardu W3C; - wymienia systemy zarządzania treścią (CMS) oraz sprzedażowe (e-commerce); - wprowadza treści do systemów zarządzania treścią (CMS) oraz sprzedażowych (e-commerce); - omawia proces automatyzacji marketingu.	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	2. Monitoruje efekty wdrożenia treści marketingowych: - rozróżnia programy do monitorowania ruchu w internecie; - dobiera narzędzie do monitorowania ruchu w internecie do kanału dystrybucji; - charakteryzuje narzędzia umożliwiające przeszukiwanie mediów społecznościowych; - analizuje i ocenia treści pod kątem zaangażowania użytkowników; - omawia sposoby optymalizacji treści marketingowych (dobór narzędzi dystrybucji, zmiana treści, grafik, materiałów audiowizualnych).	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych

Kwalifikacje

Kwalifikacje zarejestrowane w Zintegrowanym Rejestrze Kwalifikacji

Kwalifikacje	Planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych (content marketing)
Kod kwalifikacji w Zintegrowanym Rejestrze Kwalifikacji	12629
Nazwa/Kategoria Podmiotu prowadzącego walidację	Fundacja VCC
Podmiot prowadzący walidację jest zarejestrowany w BUR	Tak
Nazwa/Kategoria Podmiotu certyfikującego	Fundacja VCC

Program

Liczba godzin: 36 godziny dydaktyczne (1 godzina dydaktyczna = 45 minut).

Wymagania: Podstawowa umiejętność obsługi komputera, dostęp do Internetu.

Czas trwania przerw: 30 minut dziennie (przerwy nie wliczają się do czasu szkolenia).

Moduł I: Podstawy SEO i Google Analytics

- Wprowadzenie do SEO i jego znaczenie w e-commerce
- Google Search Console (GSC) i Google Analytics (GA)
- On-site SEO
- Implementacja danych uporządkowanych
- Optymalizacja prędkości strony i urządzenia mobilne

Moduł II: Google Ads – Tworzenie i optymalizacja kampanii

- Struktura kampanii Google Ads
- Ustawienia kampanii, zarządzanie budżetem
- Strategie celowania i słowa kluczowe
- Praktyczne warsztaty z tworzenia kampanii
- Analiza konwersji i ROI

Moduł III: Social Media i Reklama na platformach społecznościowych

- Planowanie kampanii w Facebook Business Suite
- Integracja platform (Facebook, Instagram, Twitter)
- Linki UTM do śledzenia kampanii
- Facebook Pixel do mierzenia konwersji i retargetingu

Moduł IV: Warsztaty i realizacja projektów

- Praktyczne zastosowanie GSC i GA w scenariuszach SEO
- Zaawansowane techniki Google Ads i optymalizacja kampanii
- Przygotowanie kompleksowych kampanii SEO, Google Ads i Social Media
- Test podsumowujący

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 13

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 13Moduł I	Adrian Flak	09-06-2025	08:30	11:30	03:00
2 z 13Przerwa (30 min)	Adrian Flak	09-06-2025	11:30	12:00	00:30
3 z 13Moduł I	Adrian Flak	09-06-2025	12:00	15:00	03:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
4 z 13 Moduł II	Adrian Flak	10-06-2025	08:30	11:30	03:00
5 z 13 Przerwa (30min)	Adrian Flak	10-06-2025	11:30	12:00	00:30
6 z 13 Moduł II	Adrian Flak	10-06-2025	12:00	15:00	03:00
7 z 13 Moduł III	Adrian Flak	11-06-2025	08:30	11:30	03:00
8 z 13 Przerwa (30 min)	Adrian Flak	11-06-2025	11:30	12:00	00:30
9 z 13 Moduł III	Adrian Flak	11-06-2025	12:00	15:00	03:00
10 z 13 Moduł IV	Adrian Flak	12-06-2025	08:30	11:30	03:00
11 z 13 Przerwa (30 min)	Adrian Flak	12-06-2025	11:30	12:00	00:30
12 z 13 Moduł IV	Adrian Flak	12-06-2025	12:00	15:00	03:00
13 z 13 Walidacja	-	13-06-2025	09:00	12:00	03:00

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 344,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 344,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	148,44 PLN
Koszt osobogodziny netto	148,44 PLN
W tym koszt walidacji brutto	2 200,00 PLN
W tym koszt walidacji netto	2 200,00 PLN
W tym koszt certyfikowania brutto	0,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Adrian Flak

Ukończył studia wyższe I i II stopnia na kierunku Informatyka. Praktyk i szkoleniowiec z zakresu IT, głównie E-commerce, SEO, SEM oraz programowania. Przeprowadził wiele szkoleń dotyczących nowoczesnych technik sprzedażowych w Internecie oraz programowania. Ukończył kursy ORACLE związane z JEE7 czy SQL. Zrealizował wiele projektów E-commerce oraz pracował na stanowiskach związanych z tą branżą. Trener posiada wiedzę w zakresie teoretycznych aspektów zagadnień i posiada doświadczenie dydaktyczne oraz praktyczne w dziedzinie.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

*Każdy z uczestników otrzyma tematyczne materiały dydaktyczne w postaci skryptów w dniu rozpoczęcia szkolenia.

Warunki uczestnictwa

Warunki uczestnictwa

*Zapis na szkolenie poprzez Bazę Usług Rozwojowych.

*Dostęp do komputera/laptopa oraz internetu (wg wymagań technicznych).

Informacje dodatkowe

*Cena egzaminu zawiera koszt certyfikacji.

*Walidacja (egzamin) odbywa się stacjonarnie.

Adres

Wrocław

Wrocław

woj. dolnośląskie

Kontakt



Agata Flak

E-mail kontakt@dofinansowanekursy.pl

Telefon (+48) 530 642 270