



DIGITAL BRAND
MAGDALENA
GŁOMSKA



Szkolenie Google Analytics 4.0 + Google Ads - profesjonalna reklama.

Numer usługi 2025/03/07/118911/2605941

📍 Gdańsk / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 16 h

📅 30.06.2025 do 01.07.2025

2 880,00 PLN brutto

2 880,00 PLN netto

180,00 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	Szkolenie skierowane jest do: • 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 • Wyspecjalizowanych działów w obrębie danej firmy - specjalistów ds. marketingu, PR, e-commerce • Instytucji i organizacji pozarządowych (NGO), fundacji, non-profit, spółdzielni, podmiotów społecznych itd.
Minimalna liczba uczestników	2
Maksymalna liczba uczestników	4
Data zakończenia rekrutacji	27-06-2025
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	16
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

(Google Analytics) Usługa przygotowuje do wykorzystywania narzędzia Google Analytics do oceny działań marketingu i sprzedaży internetowej oraz podejmowania decyzji w przyjętym modelu biznesowym. Pozwala właściwie oceniać realizowane strategie e-marketingu i sprzedaży w firmie za pomocą narzędzi Google.

(Google Ads) Usługa przygotowuje do budowania wizerunku marki oraz zwiększania sprzedaży w sieci za pomocą reklam w Google

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Charakteryzuje elementy analitycznego myślenia	Analizuje dane w Google Analytics,	Test teoretyczny
	Charakteryzuje zachowanie użytkowników na swoich stronach internetowych	Test teoretyczny
	dokonuje trafnych wniosków na podstawie zebranych informacji.	Test teoretyczny
	Tworzy skuteczne kampanie reklamowe w Google Ads,	Test teoretyczny
planuje i realizuje kampanie reklamowe w celu zwiększenia skuteczność promocji online	dostosowuje strategię do potrzeb swojego biznesu oraz efektywnie zarządza budżetem reklamowym, zwiększając widoczność swojego biznesu w internecie i generując większy ruch na swoich stronach.	Test teoretyczny
planuje strategię marketingowe w celu zwiększenia konkurencyjności na rynku	monitoruje i analizuje wyniki swoich działań marketingowych	Test teoretyczny
	Charakteryzuje w jaki sposób udoskonalić strategię promocyjne i maksymalizację zwrotu z inwestycji w reklamę online.	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 stacjonarna, szkolenie realizowane jest w godzinach dydaktycznych 45 min.

Przerwy nie są wliczone w czas trwania usługi.

Liczba godzin praktycznych: 14h

Liczba godzin teoretycznych: 2h

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. Szkolenie przeznaczone jest zarówno dla osób początkujących, jak i osób bardziej zaawansowanych.

Dzień I

trener Krzysztof Bernardyn

Przeprowadzenie testu wiedzy (pre-test w ramach walidacji)

Blok I- Google Analytics - wprowadzenie (teoria)- rozmowa na żywo

- Czym jest analityka webowa?
- Dlaczego wybrać Google Analytics?
- Jakie są alternatywy dla Google Analytics?
- Opcje Google Analytics
- Jak działa Google Analytics?
- Jak uzyskać dostęp do Google Analytics?
- Wersja demonstracyjna Google Analytics: Google Merchandise Shop, aplikacja Flood It!

Blok II- Instalacja i konfiguracja Google Analytics (teoria+ praktyka)- rozmowa na żywo, ćwiczenia

- Jak pracować z danymi?
- Zrozumienie podstawowych danych
- Kategorie danych: Odbiorcy
- Kategorie danych: Zachowanie
- Kategorie danych: Pozyskiwanie
- Kategorie danych: Konwersja
- Kategorie danych: Czas rzeczywisty

Blok III- Analityka (praktyka)- ćwiczenia

- Kluczowe zakresy konfiguracji
- Odfiltrowanie niepożądanych danych
- Odfiltrowanie danych wewnętrznych
- Odfiltrowanie ruchu automatycznego i sztucznego
- Odfiltrowanie ramek płatności
- Monitorowanie wewnętrznej wyszukiwarki serwisu
- Opcje zaawansowane konfiguracji

- Włączanie modułu sprzedażowego
- Połączenie systemu analitycznego z innymi usługami Google
- Widoki danych
- Przechowywanie danych
- Etapy konfiguracji kluczowych celów
- Konfiguracja lejka konwersji – sprzedaży
- Grupowanie kanałów
- Lista sprawdzająca dla poprawnej konfiguracji

Blok IV-Google Search Console (praktyka)- ćwiczenia

- Praktyczne wykorzystanie danych analitycznych
- Podstawowe pojęcia analityczne
- Kluczowe zasady pracy z danymi
- Segmentacja danych
- Weryfikacja zmian i trendów
- Filtrowanie raportów
- Tworzenie własnych raportów
- Tworzenie automatycznych powiadomień
- Porządkowanie danych marketingowych
- Efektywne podejście analityczne
- Jak mierzyć efektywność działań marketingowych?
- Możliwości systemu analitycznego: Pomiar niestandardowy
- Analiza danych w codziennej pracy
- Przykłady praktyczne – ćwiczenia

Dzień II

Trener Dagmara Rżyska

Blok I - Wprowadzenie do Google Ads - teoria, rozmowa na żywo

- Omówienie podstawowych pojęć i funkcji platformy Google Ads.
- Przegląd interfejsu reklamowego.
- Rodzaje kampanii i formaty reklamowe.

Blok II - Planowanie Kampanii Reklamowych - praktyka, współdzielenie ekranu

- Określanie celów kampanii i wybór odpowiednich strategii.
- Narzędzia do słów kluczowych i ich rola w kampaniach.
- Budowanie efektywnych struktur kampanii.
- **Warsztaty praktyczne:** Uczestnicy tworzą własne plany kampanii z uwzględnieniem słów kluczowych oraz struktury kampanii.

Blok III - Tworzenie Efektywnych Reklam - praktyka, współdzielenie ekranu

- Strategie tworzenia reklam tekstowych i graficznych.
- Przykłady skutecznego copywritingu w Google Ads.
- Testowanie różnych wariantów reklam.
- **Warsztaty praktyczne:** Ćwiczenia w tworzeniu reklam tekstowych i graficznych. Uczestnicy testują różne warianty reklam i oceniają ich skuteczność.

Blok IV - Optymalizacja i Zarządzanie Kampaniami - praktyka, współdzielenie ekranu

- Monitorowanie wyników kampanii i interpretacja danych.
- Optymalizacja budżetu i wydatków reklamowych.
- Narzędzia do analizy efektywności kampanii.
- **Warsztaty praktyczne:** Studium przypadku - zadania praktyczne

Przeprowadzenie testu wiedzy (post-test w ramach walidacji).

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 14

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 14 Przeprowadzenie testu wiedzy (pre-test w ramach walidacji)	-	30-06-2025	08:30	08:45	00:15
2 z 14 Blok I- Google Analytics - wprowadzenie (teoria)- rozmowa na żywo	Krzysztof Bernardyn	30-06-2025	08:45	10:00	01:15
3 z 14 Przerwa 30 min	Krzysztof Bernardyn	30-06-2025	10:00	10:30	00:30
4 z 14 Blok II- Instalacja i konfiguracja Google Analytics (teoria+ praktyka)- rozmowa na żywo, ćwiczeni	Krzysztof Bernardyn	30-06-2025	10:30	12:00	01:30
5 z 14 Przerwa 30 min	Krzysztof Bernardyn	30-06-2025	12:00	12:30	00:30
6 z 14 Blok III- Analityka (praktyka)- ćwiczenia	Krzysztof Bernardyn	30-06-2025	12:30	14:00	01:30
7 z 14 Blok IV- Google Search Console (praktyka)- ćwiczenia	Krzysztof Bernardyn	30-06-2025	14:00	15:30	01:30
8 z 14 Blok I - Wprowadzenie do Google Ads - teoria, rozmowa na żywo	Dagmara Rżyska	01-07-2025	08:30	10:00	01:30
9 z 14 Przerwa 30 min	Dagmara Rżyska	01-07-2025	10:00	10:30	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
10 z 14 Blok II - Planowanie Kampanii Reklamowych - praktyka, współdzielenie ekranu	Dagmara Rżyska	01-07-2025	10:30	12:00	01:30
11 z 14 Przerwa 30 min	Dagmara Rżyska	01-07-2025	12:00	12:30	00:30
12 z 14 Blok III - Tworzenie Efektywnych Reklam - praktyka, współdzielenie ekranu	Dagmara Rżyska	01-07-2025	12:30	14:00	01:30
13 z 14 Blok IV - Optymalizacja i Zarządzanie Kampaniami - praktyka, współdzielenie ekranu	Dagmara Rżyska	01-07-2025	14:00	15:15	01:15
14 z 14 Przeprowadzenie testu wiedzy (post-test w ramach walidacji)	-	01-07-2025	15:15	15:30	00:15

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	2 880,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	2 880,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	180,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	180,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 2



1 z 2

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.



2 z 2

Dagmara Rżyska

Dagmara Rżyska posiada wykształcenie wyższe magisterskie oraz ukończone studia podyplomowe z zakresu Zarządzania i Marketingu Nowych Mediów. Specjalizuje się w kampaniach reklamowych na Facebooku, Instagramie, LinkedIn oraz Google Ads, a także w optymalizacji SEO. Z branżą digital marketingu związana jest od ponad 13 lat, odpowiadając za strategię obecności marek w Internecie, efektywność kampanii online oraz działania SEO. Współpracowała z takimi markami jak Orange, Żabka, Logitech i Lenovo, skutecznie budując ich wizerunek oraz zwiększając zaangażowanie klientów online. Wykłada na Wyższej Szkole Bankowej, prowadząc zajęcia z digital marketingu, a także szkolenia dla MŚP w zakresie skutecznej reklamy online. Dagmara specjalizuje się w marketingu dla branż takich jak e-commerce, nieruchomości, zdrowie i uroda, szkoleniowa, chemiczna oraz lifestyle, dostosowując kampanie do specyficznych potrzeb i celów klientów. Liczba zrealizowanych szkoleń: około 50-60 szkoleń Liczba przeszkolonych osób: 400, Liczba zrealizowanych godzin szkoleniowych: ponad 500

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymują prezentację z materiałami do samodzielnego utrwalenia materiału, a także certyfikat szkolenia.

Warunki uczestnictwa

Wymogi unijne związane z realizacją szkolenia z dofinansowaniem:

- Warunkiem uzyskania zaświadczenia jest uczestnictwo w co najmniej 80%- 100% (w zależności od programu dofinansowania i podpisanej umowy z Operatorem) zajęć usługi rozwojowej

Regulamin świadczenia usług szkoleniowych znajduje się na stronie:

Rekomendowane warunki techniczne:

- Procesor dwurdzeniowy 2GHz lub lepszy (zalecany czterordzeniowy);
- 2GB pamięci RAM (zalecane 4GB lub więcej);
- System operacyjny taki jak Windows 8 (zalecany Windows 11), Mac OS wersja 10.13 (zalecana najnowsza wersja), Linux, Chrome OS.
- Korzystanie z Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, Edge (Chromium), Yandex lub Opera. Należy korzystać z najaktualniejszej oficjalnej wersji wybranej przeglądarki.

Należy zabrać:

- laptopa, myszkę, ładowarkę
- telefon i ładowarkę

Informacje dodatkowe

Szkolenie prowadzone jest w godzinach dydaktycznych (16 godzin dydaktycznych = 12 godzin zegarowych)

Jak przygotować się do szkolenia aby było jeszcze bardziej efektywne?

- Sprawdź czy masz dostęp do Google Analytics/i lub Google Ads - jeśli możesz mieć - to uzyskaj, przypomnij sobie dane do logowania
- Jeśli nie masz konta Google Analytics lub konta reklamowego Google Ads (bądź nie pamiętasz hasła czy loginu) - spróbuj je założyć przed szkoleniem. Jeśli będziesz miał problem z jego założeniem - pokażemy jak je założyć podczas szkolenia (ważne jest jedynie, byś posiadał/a konto Google).
- Google Analytics – pomożemy Ci je podłączyć do strony
- Opcjonalnie: Przygotuj kartę płatniczą, którą podepniesz do konta Google Ads. W większości przypadków, karta jest konieczna, by przejść do procesu tworzenia kampanii (algorytmy permanentnie się zmieniają). Jeśli nie chcesz lub nie masz możliwości podpięcia karty – nic straconego! Na szkoleniu pokażemy jak to zrobić.

Adres

ul. Kaprów 3a/36

80-316 Gdańsk

woj. pomorskie

Sala szkoleniowa mieści się w Gdańsku - Oliwa, na trzecim piętrze w kamienicy biurowej.

W pobliżu znajduje się parking płatny. Łatwy dojazd środkami komunikacji miejskiej: SKM, tramwaj, autobus.

Udogodnienia dla osób z niepełnosprawnościami:

- Winda
- Podjazd
- Szerokie drzwi
- Dostosowana toaleta

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Magdalena Głomska

E-mail biuro@digitalbrand.com.pl

Telefon (+48) 505 139 506