



DIGITAL BRAND
MAGDALENA
GŁOMSKA



Szkolenie Google Analytics 4.0 + Google Ads - profesjonalna reklama. [Kierunek-Rozwój, Małopolski pociąg do kariery, Bony Rozwojowe]

Numer usługi 2025/03/16/118911/2626305

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 16 h

📅 29.09.2025 do 30.09.2025

1 440,00 PLN brutto

1 440,00 PLN netto

90,00 PLN brutto/h

90,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Identyfikator projektu	Małopolski Pociąg do kariery
Sposób dofinansowania	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	<p>Szkolenie skierowane jest do:</p> <ul style="list-style-type: none"> 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. Uczestników projektu Kierunek-Rozwój Uczestników projektu Bony rozwojowe Usługa również jest adresowana do uczestników Projektu MP oraz dla uczestników projektu NSE Usługa również adresowana dla Uczestników Projektu "Małopolski pociąg do kariery - sezon 1" i/lub dla Uczestników Projektu "Nowy start w Małopolsce z EURESem".
Minimalna liczba uczestników	3
Maksymalna liczba uczestników	10
Data zakończenia rekrutacji	26-09-2025

Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
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
planuje i realizuje kampanie reklamowe w celu zwiększenia skuteczność promocji online	Tworzy skuteczne kampanie reklamowe w Google Ads,	Test teoretyczny
	dostosowuje strategie 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 strategie marketingowe w celu zwiększenia konkurencyjności na rynku	monitoruje i analizuje wyniki swoich działań marketingowych	Test teoretyczny
	Charakteryzuje w jaki sposób udoskonalić strategie 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 zdalna w czasie rzeczywistym, 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 bramek 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: 0

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
Brak wyników.					

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	1 440,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 440,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	90,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	90,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 2



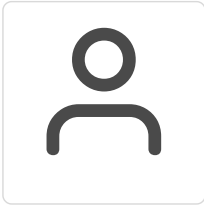
1 z 2

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:

- Logowanie się pełnym imieniem i nazwiskiem
- Włączona kamera oraz dostęp do mikrofonu

Niespełnienie powyższych może skutkować brakiem dofinansowania

- Warunkiem uzyskania zaświadczenia jest uczestnictwo w co najmniej 80%- 100% (w zależności od programu dofinansowania i podpisanej umowy z Operatorem) zajęć usługi rozwojowej
- W ramach realizacji usług szkoleniowych, Organizator utrwała wizerunek Uczestników w formie nagrań wideo, fotografii lub innych materiałów audiowizualnych wyłącznie w celach archiwizacyjnych, kontrolnych oraz dokumentacyjnych związanych z projektem dofinansowanym.
- Uczestnik zapisując się na szkolenie wyraża zgodę na utrwalenie i wykorzystanie jego wizerunku w wyżej wymienionych celach.
- Organizator nie udostępnia nagrań Uczestnikom po szkoleniu.

Regulamin świadczenia usług szkoleniowych znajduje się na stronie:

<https://digitalbrand.com.pl/>

Informacje dodatkowe

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

Zawarto Umowę z UP Toruń

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 podepnimy 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.

Warunki techniczne

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.
- Szkolenie realizowane jest na platformie ClickMeeting. 3 dni przed szkoleniem Uczestnicy otrzymają link do szkolenia.
- Link jest aktywny od rozpoczęcia szkolenia do daty jego zakończenia
- Ponieważ ClickMeeting jest platformą opartą na przeglądarce, wymagane jest korzystanie z Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, Edge (Chromium), Yandex lub Opera. Należy korzystać z najaktualniejszej oficjalnej wersji wybranej przeglądarki.
- Aby mieć pewność, że możemy wziąć udział w wydarzeniu bez jakichkolwiek problemów, warto przed szkoleniem sprawdzić działanie platformy, dźwięku i kamery za pomocą udostępnionego podczas logowania **Testu konfiguracji systemu** i postępować zgodnie z instrukcją
- **Działająca kamera i mikrofon** w celu POTWIERDZENIA I UDOKUMENTOWANIA SWOJEJ OBECNOŚCI PODCZAS SZKOLENIA (warunek obligatoryjny dla szkoleń z dofinansowaniem)
- Urządzenie pozwalające na swobodny udział w szkoleniu (laptop/tablet/telefon – preferowany laptop/komputer)
- Stabilne połączenie z Internetem
- Rekomendujemy, aby podczas szkolenia móc korzystać z dwóch monitorów – na jednym, żeby była wyświetlana szkolenie i prezentowane funkcjonalności, na drugim będą Państwo mogli pracować niemalże jednocześnie wraz z Trenerem. Drugim monitorem może być drugi komputer, telewizor lub tablet.

Jak przygotować się do szkolenia aby było jeszcze bardziej efektywne?

Jeśli masz już stronę www lub sklep internetowy:

- 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).
- Nasza rekomendacja: Zainstaluj przeglądarkę Google Chrome, która najlepiej współpracuje z interfejsem Google Ads.
- Google Analytics – pomożemy Ci je podłączyć do strony
- Opcjonalnie: Przygotuj kartę płatniczą, którą podepnimy 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.

Instrukcja "Jak korzystać z programu Clickmeeting" znajduje się na stronie:

- w formie filmu instruktażowego:

<https://www.youtube.com/watch?v=BCq6KzIVhdo>

- w formie Instrukcji pdf na stronie

<https://digitalbrand.com.pl/>

Kontakt



Magdalena Głomska

E-mail biuro@digitalbrand.com.pl

Telefon (+48) 505 139 506