

EDU-IT Augustyn,
Pieprzycki sp.j

Kurs E-marketing. Reklama i promocja w Internecie.

Numer usługi 2025/04/08/145775/2677817

zdalna w czasie rzeczywistym

Usługa szkoleniowa

35 h

14.06.2025 do 26.07.2025

5 900,00 PLN brutto

5 900,00 PLN netto

168,57 PLN brutto/h

168,57 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Sposób dofinansowania	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Kurs skierowany jest do wszystkich, którzy chcą samodzielnie realizować działania marketingowe w Internecie, skutecznie promować firmę lub usługi/produkty w sieci, w szczególności dedykowany jest do: • Osób rozpoczynających karierę w branży internetowej lub chcących się przebranżowić • Właścicieli i pracowników firm (w szczególności mniejszych i średnich przedsiębiorstw) • Pracowników agencji reklamowych i marketingowych • Pracowników działów promocji i reklamy • Osób chcących sprzedać swoje produkty/usługi w Internecie • Freelancerów pracujących w obszarze digital marketingu Kurs przeznaczony jest zarówno dla osób początkujących, jak i średniozaawansowanych. Duża liczba ćwiczeń pomoże w oswojeniu wiedzy dla osób, które zaczynają swoją przygodę z e-marketingiem, a z kolei osoby będące na poziomie zaawansowanym poszerzą swój umiejętności o dodatkowe zagadnienia.
Minimalna liczba uczestników	4
Maksymalna liczba uczestników	20
Data zakończenia rekrutacji	13-06-2025
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	35

Cel

Cel edukacyjny

Kurs przygotowuje do samodzielnego budowania wizerunku marki oraz zwiększenia sprzedaży w sieci za pomocą narzędzi marketingowych. Daje gwarancje na skuteczną realizację wyznaczonej strategii marketingowej oraz efektywne zastosowanie wiedzy w trakcie swojej pracy i przeprowadzonych kampanii promocyjnych w Internecie.

Dla osób poszukujących pracy kurs zwiększa szansę na uzyskanie pozytywnego wyniku rozmowy kwalifikacyjnej lub rozpoczęcie i wypromowanie własnego biznesu.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Definiuje podstawowe pojęcia z zakresu e-marketingu	- Wyjaśnia znaczenie podstawowych pojęć z zakresu e-marketingu - Charakteryzuje kluczowe elementy e-marketingu, w tym strategię promocji online, narzędzia analityczne i kanały komunikacji	Wywiad swobodny
Tworzy strategie marketingowe zgodnie z poznanymi wytycznymi.	- Projektuje strategie marketingowe, uwzględniając poznane wytyczne oraz dostępne narzędzia e-marketingowe. - Implementuje elementy strategii marketingowych zgodnie z założeniami oraz oczekiwaniami grupy docelowej	Deбата swobodna
Definiuje zasady/ sposoby/ metody kreowania wizerunku firmy na stronach www i budowania wizerunku firmy w Internecie	- Opisuje zasady tworzenia wizerunku firmy na stronach internetowych, uwzględniając elementy graficzne, treściowe oraz interaktywne. - Wyjaśnia metody budowania pozytywnego wizerunku firmy w Internecie poprzez strategię content marketingowe i aktywność w mediach społecznościowych Pozostałe mogą zostać bez zmian.	Deбата swobodna
Poznaje możliwości wykorzystania sztucznej inteligencji w marketingu internetowym	Tworzy opisy produktów poprzez wykorzystanie czatu GPT.	Test teoretyczny
Poznaje kluczowe zasady e-mail marketingu.	Tworzy kampanie marketingowe z wykorzystaniem poczty e-mail	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Poznaje możliwości wykorzystania social mediów do celów marketingowych	Tworzy profile reklamowe na platformach takich jak Instagram, Tik Tok, LinkedIn i Facebook	Prezentacja

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 skierowane jest do osób wskazanych w punkcie grupa docelowa.

Maksymalna grupa uczestników do 15 osób.

1 godzina - szkoleniowa 45 minut.

PANEL I (wykład)

1. Wprowadzenie do marketingu internetowego - 1 godz.

2. Tworzenie strategii marketingowej - 3 godz.:

a) Lejek sprzedażowy

b) Wyróżnienie produktu

c) Buyer persona

d) Cele

e) Pomiar KPI

f) Badania NPS

g) Komunikacja: kanały, harmonogram, budżet

3. Witryna internetowa - 4 godz.

PANEL II (ćwiczenia praktyczne)

4. Socialmedia marketing - 4 godz.:

a) Instagram

b) TIK TOK

c) LinkedIn

d) Facebook

5. Wykorzystanie sztucznej inteligencji w marketingu internetowym - 2 godz.

6. Reklama na Facebook - 3 godz.

PANEL III (wykład połączony z elementami ćwiczeń praktycznych)

7. Email marketing - 3 godz.

8. Analityka (strona www, media społecznościowe) - 3 godz.

9. Copywriting - warsztaty - 3 godz.

PANEL IV (ćwiczenia zakończone testem końcowym)

10. Konfiguracja Google Ads - 4 godz.

11. Projekt końcowy - 4 godz.

1. Egzamin końcowy - 1 godz.

Spotkania będą trwały 8h-9h szkoleniowych, po każdej godzinie szkoleniowej następuję przerwa 5 minutowa co łącznie daje nam łącznie 35- 40 minut przerw.

Każdy dysponuje własnym stanowiskiem pracy.

Szkolenie jest przeprowadzone zarówno w formie wykładu, jak i zadań zleconych przez osobę prowadzącą.

Harmonogram oraz kody dostępowe zostaną uzupełnione w terminie zgodnym z regulaminem.

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	5 900,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 900,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	168,57 PLN
Koszt osobogodziny netto	168,57 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 6



1 z 6

Damian Nowak

Team Leader i Doradca Google - Firmy Jutra program Google/ CEO & Co-Founder - Koala Marketing



2 z 6

Dariusz Kopyto

Dariusz Kopyto marketer i trener specjalizujący się w SXO – optymalizacji witryn internetowych pod kątem potrzeb użytkowników i wymagań wyszukiwarek. Właściciel agencji digitalowej MARKOFANI oraz twórca Aspirate.pl, serwisu dla profesjonalistów z branży marketingu internetowego.

Współtwórca i współwłaściciel INUP – Podkarpacka Koalicja Startupów, KWADRAT – Podkarpacka Przestrzeń Kreatywna, Rzeszów Startup Akcelerator, HugeTech. Lider projektu Samsung Inkubator. Rozwijał działalność Podkarpackiego Centrum Innowacji.

Z marketingiem internetowym związany od 2005 roku. Od 2010 roku prowadzi własną agencję reklamową, która skupia się na tworzeniu witryn internetowych oraz kampaniach reklamowych z pełną analityką internetową. Od 2017 roku specjalizuje się w SXO. Absolwent Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania – studia jednolite magisterskie na kierunku Informatyka i ekonometria. Były student na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna.



3 z 6

Sebastian Jaworecki

Informatyk, Programista i Administrator web, Grafik komputerowy, UX/UI designer oraz Specjalista ds. marketingu. Ukończył studia na kierunku „grafika komputerowa i produkcja multimedialna” ze specjalizacją „komunikacja wizualna w marketingu” w Wyższej Szkole Informatyki i Zarządzania z siedzibą w Rzeszowie. Od ponad 9 lat zajmuje się projektowaniem i programowaniem stron internetowych ze szczególnym naciskiem na doświadczenia użytkownika (UX) oraz optymalizację dla wyszukiwarek (SEO). Pomaga firmom kreować marki od zera poprzez zbudowanie i wdrożenie strategii nastawionej na zwiększanie sprzedaży. Zaangażowany w liczne projekty, w tym społeczne. Współwłaściciel i CEO agencji marketingowej „oori digital agency in Rzeszów” skupiającej się m.in. na tworzeniu stron internetowych, budowaniu i wdrażaniu kampanii marketingowych oraz kreowaniu grafik użytkowych do druku i przestrzeni digital. Jego podejście do realizacji działań oparte jest o wiedzę, w szczególności pozyskaną z często niedostępnych publicznie źródeł, zweryfikowaną na licznych wdrażanych projektach.



4 z 6

Mateusz Wiktor

Właściciel Dwoch Agencji Interaktywnych prowadzonych od 2005 roku. Od 19 lat zajmuje się marketingiem internetowym oraz budową zaawansowanych aplikacji internetowych wspomagających biznes. Posiada doświadczenie w prowadzeniu zajęć z studentami w Wyższej Szkole Informatyki i Zarządzania z zakresu Marketingu internetowego.



5 z 6

Michał Suszał

Przedsiębiorca, autor książki Moodle. Ćwiczenia praktyczne (Helion 2012). Z wykształcenia – nauczyciel techniki i informatyki; z wykonywanego

zawodu – trener IT, specjalista marketingu internetowego. Absolwent kierunku edukacja techniczno-informatyczna na Uniwersytecie Rzeszowskim. Inspiracją do działania są dla niego stosowane w edukacji i biznesie nowe technologie automatyzujące pracę oraz proces zarabiania pieniędzy. W swojej działalności wykorzystuje m.in. narzędzia informatyczne służące do: promocji, sprzedaży, prezentacji produktów i usług, wizualizacji danych, dystrybucji treści on-line, rozwoju biznesu. Obszary jego działania to: marketing cyfrowy, rozwój finansowy i osobisty, systemy automatyzacji sprzedaży wielokanałowej, zarządzanie czasem i pieniędzmi. Wiedzę pozyskiwał od światowej klasy ekspertów z wymienionych dziedzin. Jest ona poparta doświadczeniem zdobytym w trakcie kilku lat współpracy z licznymi firmami oraz prowadzenia szkoleń – m.in. dla przedsiębiorców, urzędników, nauczycieli.



6 z 6

Agnieszka Pieprzyk

Współwłaścicielka firmy MARCATING. Przez ostatnie lata poznawała najważniejsze narzędzia marketingu internetowego i doskonaliła się w obsłudze tych, w których czuję się najlepiej. Zaczynałam od email marketingu, potem wkręciła się w reklamy na Facebooku i obsługę Google Analytics. Przyszedł też czas na budowanie stron www za pomocą WordPressa i jego dodatkowych narzędzi. Rozwija swoją wiedzę o strategii, planowaniu działań marketingowych i analizowaniu ich wyników. Śledzę trendy, studiuję zależności i podgląda lejki marketingowe, w których sama jest klientką.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Skrypt przedstawiający zawarte w szkoleniu treści przedstawiające rzeczywiste przykłady omawianych kampanii marketingowych oraz zadania do wykonania.

Skrypty zostaną przekazane uczestnikom w formie elektronicznej.

Warunki techniczne

Platforma google meet do komunikacji.

Dostęp do komputera wyposażony w system operacyjny Windows 7 lub wyższy, oraz przeglądarkę internetową np. Google Chrome. Minimalna prędkość łącza internetowego 1Mb/s

Kontakt



Jarosław Jajdelski

E-mail operator@edu-it.com.pl

Telefon (+48) 734 920 067