



CPW Spółka z
ograniczoną
odpowiedzialnością



Szkolenie: Marketing cyfrowy i zielone kompetencje – kampanie reklamowe i analiza danych w duchu zrównoważonego rozwoju.

Numer usługi 2025/04/24/118781/2707897

📍 Radlin / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 16 h

📅 16.07.2025 do 17.07.2025

4 600,00 PLN brutto

4 600,00 PLN netto

287,50 PLN brutto/h

287,50 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 osób indywidualnych, w tym: - specjalistów ds. marketingu i promocji, - menedżerów firm, - osób planujących rozpoczęcie pracy w obszarze marketingu online, - uczestników zainteresowanych rozwijaniem kompetencji cyfrowych z uwzględnieniem proekologicznych rozwiązań i zasad zrównoważonego rozwoju.
Minimalna liczba uczestników	2
Maksymalna liczba uczestników	12
Data zakończenia rekrutacji	15-07-2025
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	16
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Szkolenie przygotowuje do planowania, prowadzenia i analizowania kampanii marketingowych online z wykorzystaniem narzędzi cyfrowych oraz do wdrażania zielonych kompetencji w działaniach reklamowych, remarketingowych i analitycznych. Uczestnicy nauczą się projektować strategie promocyjne zgodne z zasadami zrównoważonego rozwoju, analizować dane marketingowe i tworzyć treści wspierające odpowiedzialność środowiskową.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Wymienia podstawowe narzędzia analityczne wykorzystywane w marketingu cyfrowym (np. Google Analytics, Facebook Pixel, Meta Business Suite).	Wymienia co najmniej trzy z następujących narzędzi: Google Analytics, Facebook Pixel, Meta Business Suite, Google Tag Manager.	Test teoretyczny
Nazywa kluczowe wskaźniki efektywności (KPI) w kampaniach reklamowych (np. CTR, CPC, konwersja, zasięg).	Nazywa minimum cztery KPI, takie jak: CTR, CPC, wskaźnik konwersji, czas trwania sesji.	Test teoretyczny
Wymienia reguły zielonego marketingu i jego rolę w reklamie cyfrowej.	Wymienia reguły zielonego marketingu i wskazuje jego przewagę nad marketingiem tradycyjnym.	Test teoretyczny
Wymienia zasady zrównoważonego tworzenia kampanii online (np. etyczne targetowanie, ograniczanie śladu cyfrowego, transparentność przekazu).	Wymienia co najmniej trzy zasady zrównoważonego marketingu.	Test teoretyczny
Wymienia wartości związane z odpowiedzialnym projektowaniem kampanii reklamowych (np. uczciwość, wiarygodność, świadomość społeczna).	Wymienia minimum trzy wartości, takie jak: transparentność, etyka, społeczna odpowiedzialność.	Test teoretyczny
Konfiguruje Google Analytics oraz interpretuje dane w oparciu o KPI.	Ustawia konto Google Analytics i analizuje raporty zawierające KPI: konwersje, źródła ruchu, czas trwania sesji.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Konfiguruje Facebook Pixel i tworzy niestandardowe grupy odbiorców.	Prawidłowo implementuje kod Pixel na stronie i tworzy grupy odbiorców na podstawie aktywności użytkowników.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Tworzy kampanię w Google Ads, dobierając grupę docelową i cele reklamowe.	Opracowuje kampanię z co najmniej dwoma grupami reklam i określa ich cele (np. konwersja, ruch).	Obserwacja w warunkach rzeczywistych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Tworzy kampanię w Facebook Ads z elementami zielonego przekazu (np. copy i grafika promująca wartości proekologiczne).	Przygotowuje reklamę zawierającą elementy promujące odpowiedzialność środowiskową.	Analiza dowodów i deklaracji
Projektuje kampanię remarketingową w oparciu o dane użytkowników.	Tworzy kampanię remarketingową z użyciem danych z Pixela lub Analytics.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Optymalizuje kampanię reklamową pod kątem wyników i kosztów.	Wprowadza zmiany optymalizacyjne na podstawie raportów i wskaźników skuteczności.	Analiza dowodów i deklaracji
Ocenia wpływ kampanii reklamowej na środowisko i zgodność z wartościami ESG.	Wskazuje działania ograniczające negatywny wpływ kampanii na środowisko i społeczeństwo.	Prezentacja

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

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

Zaświadczenie wydane po ukończeniu szkolenia zawiera opis zakresu umiejętności i efektów nauki, które kursant nabył w trakcie szkolenia.

Pytanie 2. Czy dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji?

Zaświadczenie wydane po ukończeniu szkolenia zawiera potwierdzenie, że przeprowadzono walidację szkolenia, w trakcie jego trwania - w oparciu o kryteria zawarte w efektach uczenia się.

Pytanie 3. Czy dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

Zaświadczenie wydane po ukończeniu szkolenia potwierdza, że w trakcie szkolenia zastosowano rozdzielenie procesu kształcenia i walidacji.

Program

Forma realizacji:

Szkolenie będzie realizowane w formie głównie warsztatowej. Uczestnicy będą samodzielnie konfigurować narzędzia analityczne i reklamowe, tworzyć kampanie promujące odpowiedzialność środowiskową oraz analizować dane w kontekście efektywności i zrównoważonego rozwoju. Uczestnicy będą pracować nad realnymi projektami, tworzyć strategie, wykorzystywać narzędzia Google i Meta oraz uczyć się praktycznych technik analitycznych i marketingowych.

Forma warsztatowa zapewni pełną realizację celu edukacyjnego.

Usługa będzie realizowana w godzinach zegarowych. Przerwa zaplanowana jest w każdym dniu szkoleniowym na godzinę 13:00–13:30. Ze względu na warsztatowy charakter zajęć, godziny przerwy mogą ulec modyfikacji w zależności od potrzeb uczestników. Przerwy są wliczane w czas trwania usługi rozwojowej.

Zakres szkolenia i rozwijane zielone kompetencje (zgodne z klasyfikacją ESCO):

- Promowanie produktów i usług przyjaznych środowisku,
- Stosowanie zasad zielonego marketingu w kampaniach cyfrowych,
- Tworzenie strategii komunikacyjnych zgodnych z zasadami zrównoważonego rozwoju,
- Używanie danych analitycznych do wspierania działań proekologicznych,
- Przeciwdziałanie marnotrawstwu zasobów w reklamie cyfrowej,
- Ocenianie wpływu kampanii reklamowych na środowisko.

Szczegółowy program szkolenia

Dzień 1 – Analityka i dane w marketingu cyfrowym

9:00–10:00 – Wprowadzenie do marketingu cyfrowego w kontekście zrównoważonego rozwoju:

- Zielone kompetencje w marketingu
- Ekosystem działań online a ochrona środowiska
- Znaczenie danych w planowaniu kampanii świadomych ekologicznie

10:00–11:00 – Google Analytics – instalacja i konfiguracja:

- Zakładanie konta i kod śledzenia
- Przegląd interfejsu użytkownika
- Integracja z witryną

11:00–12:00 – Kluczowe wskaźniki KPI i ich zastosowanie:

- Omówienie wskaźników: konwersje, CTR, czas trwania sesji
- Powiązanie z celami marketingu zielonego
- Identyfikacja skutecznych źródeł ruchu

12:00–13:00 – Ćwiczenia praktyczne: interpretacja danych:

- Praca na danych testowych
- Wnioskowanie i rekomendacje działań optymalizacyjnych
- Proekologiczne wnioski z analizy danych

13:00–13:30 – Przerwa

13:30–14:30 – Facebook Pixel – instalacja i podstawowa konfiguracja:

- Utworzenie Pixela i jego osadzenie w witrynie
- Podstawowe zdarzenia i ich śledzenie
- Testowanie poprawności konfiguracji

14:30–15:30 – Tworzenie niestandardowych grup odbiorców:

- Definiowanie grup retargetingowych
- Lookalike audiences

- Odpowiedzialne zarządzanie danymi osobowymi

15:30–17:00 – Dane jako fundament dla zielonych kampanii:

- Analiza przypadków kampanii zrównoważonych
- Warsztat: opracowanie mikrostrategii promującej eko-usługę
- Konsultacje i omówienie efektów pracy grupowej

Dzień 2 – Kampanie reklamowe i strategię zielonego marketingu

9:00–10:00 – Google Ads – tworzenie kampanii od podstaw:

- Struktura konta reklamowego
- Typy kampanii, grupy reklam i cele
- Dobór lokalizacji, języka i harmonogramu

10:00–11:00 – Optymalizacja kampanii Google Ads:

- Słowa kluczowe i wskaźniki efektywności
- Wprowadzenie do raportowania i A/B testów
- Minimalizowanie śladu cyfrowego w kampaniach

11:00–12:00 – Facebook Ads – kampanie z zielonym przekazem:

- Wybór celu reklamowego
- Tworzenie treści promujących proekologiczną narrację
- Targetowanie zgodne z zasadami etyki i ESG

12:00–13:00 – Warsztaty: przygotowanie kampanii reklamowej:

- Projektowanie reklam w menedżerze kampanii
- Tworzenie copy i grafik z przekazem środowiskowym
- Konsultacje indywidualne

13:00–13:30 – Przerwa

13:30–14:30 – Remarketing – kampanie odzysku ruchu:

- Konfiguracja list odbiorców w Google i Facebooku
- Ustawienia kampanii dynamicznych
- Etyczne aspekty remarketingu

14:30–15:30 – Tworzenie strategii marketingowej zgodnej z ESG:

- Analiza misji firmy i wartości środowiskowych
- Planowanie działań marketingowych na najbliższy kwartał
- Checklisty zgodności z ESG

15:30–16:30 – Warsztaty: opracowanie strategii kampanii:

- Praca grupowa na podstawie briefu
- Zastosowanie elementów zielonych kompetencji w komunikacji

16:30–17:00 – Walidacja efektów uczenia się

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 17

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 17 Wprowadzenie do marketingu cyfrowego w kontekście zrównoważonego rozwoju	Ewa Drzęźła	16-07-2025	09:00	10:00	01:00
2 z 17 Google Analytics – instalacja i konfiguracja	Ewa Drzęźła	16-07-2025	10:00	11:00	01:00
3 z 17 Kluczowe wskaźniki KPI i ich zastosowanie	Ewa Drzęźła	16-07-2025	11:00	12:00	01:00
4 z 17 Ćwiczenia praktyczne: interpretacja danych	Ewa Drzęźła	16-07-2025	12:00	13:00	01:00
5 z 17 Przerwa	Ewa Drzęźła	16-07-2025	13:00	13:30	00:30
6 z 17 Facebook Pixel – instalacja i podstawowa konfiguracja	Ewa Drzęźła	16-07-2025	13:30	14:30	01:00
7 z 17 Tworzenie niestandardowych grup odbiorców	Ewa Drzęźła	16-07-2025	14:30	15:30	01:00
8 z 17 Dane jako fundament dla zielonych kampanii	Ewa Drzęźła	16-07-2025	15:30	17:00	01:30
9 z 17 Google Ads – tworzenie kampanii od podstaw	Ewa Drzęźła	17-07-2025	09:00	10:00	01:00
10 z 17 Optymalizacja kampanii Google Ads	Ewa Drzęźła	17-07-2025	10:00	11:00	01:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
11 z 17 Facebook Ads – kampanie z zielonym przekazem	Ewa Drzęźła	17-07-2025	11:00	12:00	01:00
12 z 17 Warsztaty: przygotowanie kampanii reklamowej	Ewa Drzęźła	17-07-2025	12:00	13:00	01:00
13 z 17 Przerwa	Ewa Drzęźła	17-07-2025	13:00	13:30	00:30
14 z 17 Remarketing – kampanie odzysku ruchu	Ewa Drzęźła	17-07-2025	13:30	14:30	01:00
15 z 17 Tworzenie strategii marketingowej zgodnej z ESG	Ewa Drzęźła	17-07-2025	14:30	15:30	01:00
16 z 17 Warsztaty: opracowanie strategii kampanii	Ewa Drzęźła	17-07-2025	15:30	16:30	01:00
17 z 17 Walidacja efektów uczenia się	-	17-07-2025	16:30	17:00	00:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	4 600,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	4 600,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	287,50 PLN
Koszt osobogodziny netto	287,50 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Ewa Drzęźła

Ewa Drzęźła od ponad 10 lat wspiera przedsiębiorców i specjalistów w rozwijaniu ich działań online poprzez skuteczny marketing oparty na danych i wartościach. Prowadzi własną agencję marketingową, która wdraża kampanie reklamowe zorientowane na cele biznesowe i zasady zrównoważonego rozwoju.

Specjalizuje się w szkoleniach z zakresu planowania kampanii w Google Ads i Meta Ads, analityki internetowej, strategii content marketingowych oraz zielonych kompetencji w komunikacji cyfrowej. Jej styl pracy łączy konkret, praktykę i strategiczne myślenie, ale z dużą uważnością na etykę, przejrzystość i odpowiedzialność komunikacyjną.

Na szkoleniach uczy nie tylko jak prowadzić skuteczny marketing, ale jak tworzyć przekaz, który buduje długofalową wartość dla klientów i środowiska. Pokazuje, jak dane i technologie mogą wspierać działania prospołeczne i ekologiczne.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Każdy uczestnik otrzymuje skrypt szkoleniowy, materiały do ćwiczeń podczas szkolenia.

Każdy uczeń powinien posiadać smartfona (zalecany Iphone) oraz laptopa. Wytyczne informacje dot. potrzebnych aplikacji (wszystkie w wersji bezpłatnej) kursant otrzyma przez szkoleniem.

Informacje dodatkowe

„Usługa rozwojowa będzie na dzień prowadzenia szkolenia spełniać aktualne wymogi dot. przestrzegania obostrzeń związanych z COVID 19, zgodnie z obowiązującymi wytycznymi <https://www.gov.pl/web/koronawirus/aktualne-zasady-i-ograniczenia>.”

”Dostawa towarów lub świadczenie usług zwolnionych od podatku VAT na podstawie art.113 ust. 1 i 9 ustawy o VAT”

” zgodnie z treścią art. 43 ust. 1 pkt 29 lit. c ustawy z dnia 11.03.2004r.o podatku od towarów i usług (Dz.U. 2011.177.1054 z późn. zm.)- w całości”

lub

zgodnie z treścią § 3 ust. 1 pkt 14 Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20.12.2013r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień (Dz. U. z 2013 r. poz. 1722 ze zm.)- co najmniej 70%”

Adres

ul. Rybnicka 347

44-310 Radlin

woj. śląskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Agnieszka Fibic

E-mail cpw.fibic@gmail.com

Telefon (+48) 606 910 328