



Specjalista marketingu internetowego, e-commerce i social media - szkolenie kończące się egzaminem

Numer usługi 2025/04/28/115503/2715076

5 596,00 PLN brutto
5 596,00 PLN netto
151,24 PLN brutto/h
151,24 PLN netto/h

ALDEO SYSTEMY
ZARZĄDZANIA
SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚĆ
CIĄ



📍 Dębica / stacjonarna
🏠 Usługa szkoleniowa
🕒 37 h
📅 01.10.2025 do 05.10.2025

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Sposób dofinansowania	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Szkolenie adresowane jest do osób pracujących lub chcących pracować w urzędach, bankach, firmach ubezpieczeniowych, prawniczych, notarialnych, informatycznych i innych branżach o profilu handlowym i usługowym, na stanowiskach sekretarki/sekretarza, administracyjnych i operacyjnych. Szkolenie odpowiednie jest dla osób na każdym poziomie zaawansowania. Skierowane jest zarówno do osób posiadających podstawowe doświadczenie jak i osób bez doświadczenia zawodowego w przedmiocie szkolenia zainteresowanych tematyką szkolenia i chcących uzyskać kwalifikacje w tym zakresie.
Minimalna liczba uczestników	5
Maksymalna liczba uczestników	25
Data zakończenia rekrutacji	30-09-2025
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	37
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

Usługa „Specjalista marketingu internetowego, e-commerce i social media - szkolenie kończące się egzaminem” przygotowuje do samodzielnego kreowania marki i/lub produktu za pośrednictwem narzędzi marketingu online.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Organizuje pracę na stanowisku Marketing Internetowy E-Commerce i Social Media, w tym omawia zasady BHP: obowiązki Pracodawcy i Pracownika, wymagania dotyczące pomieszczeń do pracy i czynników uciążliwych	- wymienia zadania na stanowisku Pracownik E-Marketingu; - opisuje cechy i predyspozycje osoby zatrudnionej na tym stanowisku; - definiuje pojęcia: planowane, harmonogramowanie, zarządzanie projektami, analiza wyników, komunikacja z zespołem, rozwój kompetencji i określa ich znaczenie w organizacji pracy na ww. stanowisku - omawia zasady BHP: obowiązki Pracodawcy i Pracownika, wymagania dotyczące pomieszczeń do pracy i czynników uciążliwych	Test teoretyczny
Definiuje zagadnienia związane z przepływem informacji, omawia terminologię związaną z źródłami, nośnikami i rodzajami informacji	- wymienia źródła informacji; - wymienia nośniki informacji, które są ważne dla promocji produktów lub usług firmy w Internecie	Test teoretyczny
Definiuje podstawowe pojęcia z zakresu marketingu i reklamy	- definiuje podstawowe pojęcia m.in.: reklama, produkt, segmentacja rynku, badanie rynku, kampania reklamowa, konwersja, klient; - opisuje Marketing mix i Branding	Test teoretyczny
Wskazuje narzędzia promocji, rozróżnia jej formy i wyjaśnia znaczenie promocji dla przedsiębiorstwa	- wyjaśnia znaczenie narzędzi promocji; - rozróżnia typy działań promocyjnych, np. promocja cenowa, sprzedaż osobista, PR (public relations) i promocja sprzedaży; - klasyfikuje narzędzia promocji	Test teoretyczny
Definiuje zasady Public relations, rozumie istotę i specyfikę Public Relations oraz wykorzystywanych w działaniu środków	- definiuje Public Relations i wyjaśnia jego znaczenie; - definiuje pojęcie marki i marki produktu; - określa znaczenie budowania marki online; - wymienia kluczowe działania w budowaniu pozytywnego wizerunku marki i marki produktu	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Rozpoznaje charakterystyczne cechy reklamy oraz jej rodzajów, z uwzględnieniem różnorodnych kryteriów klasyfikacji Omawia podstawowe założenia modelu AIDA oraz zasady ofensywnej reklamy	- posługuje się podstawowymi pojęciami z zakresu reklamy; - wymienia usługi reklamowe i podaje ich cechy charakterystyczne; - charakteryzuje przekaz reklamowy - przedstawia koncepcję modelu AIDA; - wymienia etapy modelu; - omawia zasady tworzenia treści w modelu AIDA i korzyści wynikające z zastosowania modelu	Test teoretyczny Test teoretyczny
Omawia i stosuje działania relacyjne, sprzedażowe i wzmacniające materialne elementy wizerunku firmy	- omawia i stosuje działania relacyjne i sprzedażowe, wyjaśnia ich znaczenie dla budowania wizerunku firmy; - omawia materialne elementy wizerunku np. logo i zasady jego użycia, papier firmowy, stopkę e-mailową, czcionki dozwolone w materiałach marketingowych kolory, grafikę dopuszczalną w materiałach drukowanych i na stronie internetowej, zdjęcia, wzory ofert, prezentacji, koperty, wizytówki, szatę materiałów marketingowych czy gadżetów, budynek, w którym mieści się siedziba przedsiębiorstwa, jego otoczeniu itp.	Test teoretyczny
Charakteryzuje założenia programu działań przedsiębiorstwa w zakresie promocji oraz opracowuje skuteczny plan takich działań	- omawia i sporządza program działań przedsiębiorstwa w zakresie promocji definiując odbiorcę działań promocyjnych, cel promocji czyli promowany produkt/usługę/informację, formy i środki promocji; - ustala optymalny budżet	Test teoretyczny
Omawia formy promocji uzupełniającej oraz cele, cechy i rodzaje sponsoringu Omawia specyfikę akwizycji oraz jej podstawowe zasady	- definiuje promocję uzupełniającą i wskazuje przykłady; - definiuje sponsoring; - wskazuje cele sponsoringu; - rozróżnia rodzaje sponsoringu - omawia akwizycję jako formę promocji, podaje jej cele i funkcje; - wymienia zasady stosowane w akwizycji	Test teoretyczny Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Omawia zasady/ sposoby/ metody kreowania wizerunku firmy na stronach www i budowania wizerunku firmy w Internecie	- omawia wykorzystanie stron internetowych do budowania wizerunku firmy w Internecie; - wyjaśnia znaczenie dbałości o obecność organizacji/ przedsiębiorstwa w portalach społecznościowych, takich jak Facebook, Instagram czy LinkedIn; - definiuje pozycjonowanie stron internetowych w wynikach wyszukiwania. SEO (Search Engine Optimization); - omawia znaczenie kreowanie wizerunku firmy w Internecie dla dzisiejszego biznesu	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Wskazuje i omawia narzędzia marketingu online	- omawia funkcje Fanpage'a; - dokonuje analizy profilu własnego; - wskazuje przykłady dobrych profili na Facebooku; - omawia cele marketingowe dla siebie i zespołu. - definiuje Content marketing (marketing treści); - planuje posty na Facebooku i określa metody pisania postów dopasowanych do grupy odbiorczej; - określa sposoby radzenia sobie z sytuacją kryzysową (negatywny komentarz, negatywna opinia, zapytanie techniczne, problem z zamówieniem, skarga itp.); - tworzy posty na FB, Instagram, LinkedIn i stronę www., reklamę itp. z wykorzystaniem programu Canva; - opisuje wykorzystanie Facebook Business Menedżer dla firmowych profili oraz Menedżera reklam;	Test teoretyczny
	- rozróżnia formy reklamy cyfrowej w mediach, np. strona www, kampania online, użycie platform społecznościowych, urządzenia mobilne; - dobiera formy reklamy cyfrowej do treści przekazu; - opisuje specyfikę tworzenia przekazu dostosowanego do urządzeń mobilnych; - zamieszcza elementy przekazu reklamowego na witrynach internetowych, w tym na platformach społecznościowych; - zamieszcza elementy przekazu reklamowego w mediach społecznościowych; - opisuje sposoby budowania baz odbiorców, komunikacji e-mail; - opisuje sposoby segmentacji odbiorców e-mail	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Omawia zasady SEO i narzędzia Google Analytics	- definiuje proces SEO i określa jego znaczenie; - omawia czynniki, które wpływają na rangę witryny w wyszukiwarce; - omawia sposób korzystania i wymienia funkcje oferowane przez Google Analytics; - wskazuje zasady pisania tekstów przyjaznych wyszukiwarkom; - pisze teksty z wykorzystaniem słów kluczowych; - wskazuje metody wpływania na pozycję w Google; - omawia zasady poprawnego linkowania	Test teoretyczny
Tworzy materiały marketingowe	- tworzy grafikę i wizualizacje - np. logo firmy, banery reklamowe, plakaty, infografiki; - tworzy Teksty reklamowe - np. opisy produktów, hasła reklamowe, artykuły na blogu firmy; - omawia wykorzystanie stron internetowych oraz materiałów wideo - np. filmy reklamowe, prezentacje produktów, filmy instruktażowe	Test teoretyczny
Posługuje się uporządkowaną wiedzą na temat sprzedaży internetowej	- omawia sklep internetowy i podaje dobre praktyki - definiuje Customerjourney map - omawia Generowanie leadów – jak pozyskiwać kontakty handlowe w internecie - omawia Sprzedaż na zewnętrznych agregatorach sprzedaży i porównywarki cenowe	Test teoretyczny
Pozyskuje nowych klientów	- omawia wykorzystanie social media do pozyskiwania klientów - definiuje content marketing (marketing treści czyli jak wzbudzić zainteresowanie konsumentów konkretnym produktem lub usługą) - omawia jak pozyskiwać klientów na FB poprzez Menedżer reklam - posługuje się uporządkowaną wiedzą w zakresie zwiększanie wizerunku na Instagramie i LinkedIn i budowanie sieci kontaktów i poszukiwani nowych klientów za ich pośrednictwem	Test teoretyczny
Współpracuje w zespole	- organizuje pracę zespołową; - dzieli się pomysłami; - realizuje projekty i zadania z innymi uczestnikami zespołu	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Zarządza sobą w czasie i organizuje stanowisko swojej pracy	- omawia zasady planowania; - ustala cele i wyznacza priorytety; - tworzy listy zadań; - opisuje znaczenie eliminacji zakłóceń i porządku w organizacji stanowiska pracy; - opisuje wykorzystanie technologii w celu ułatwienia zarządzania czasem i organizacji stanowiska pracy	Test teoretyczny

Kwalifikacje

Inne kwalifikacje

Uznane kwalifikacje

Pytanie 4. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kwalifikacji jest rozpoznawalny i uznawalny w danej branży/sektorze (czy certyfikat otrzymał pozytywne rekomendacje od co najmniej 5 pracodawców danej branży/ sektorów lub związku branżowego, zrzeszającego pracodawców danej branży/sektorów)?

Tak, certyfikat otrzymał pozytywne rekomendacje od co najmniej 5 pracodawców danej branży/ sektorów

Informacje

Podstawa prawna dla Podmiotów / kategorii Podmiotów	uprawnione do realizacji procesów walidacji i certyfikowania na mocy innych przepisów prawa
Nazwa/Kategoria Podmiotu prowadzącego walidację	ICVC CERTYFIKACJA SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ
Podmiot prowadzący walidację jest zarejestrowany w BUR	Nie
Nazwa/Kategoria Podmiotu certyfikującego	ICVC CERTYFIKACJA SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ
Podmiot certyfikujący jest zarejestrowany w BUR	Nie

Program

Szkolenie adresowane jest do osób pracujących lub chcących pracować w urzędach, bankach, firmach ubezpieczeniowych, prawniczych, notarialnych, informatycznych i innych branżach o profilu handlowym i usługowym, na stanowiskach sekretarki/sekretarza, administracyjnych i operacyjnych.

Szkolenie odpowiednie jest dla osób na każdym poziomie zaawansowania. Skierowane jest zarówno do osób posiadających podstawowe doświadczenie jak i osób bez doświadczenia zawodowego w przedmiocie szkolenia zainteresowanych tematyką szkolenia i chcących uzyskać kwalifikacje w tym zakresie.

Ramowy program usługi:

1. Pracownik e-marketingu - wprowadzenie (w tym: Organizacja pracy na stanowisku Marketing Internetowy E-Commerce i Social Media, wiedza z zakresu BHP, terminologia związana z źródłami, nośnikami i rodzajami informacji, Podstawowe pojęcia z zakresu marketingu i reklamy,)
2. Reklama i Promocja (w tym: Narzędzia, formy i rola promocji dla przedsiębiorstwa, Kreowanie marki i marki produktu - Public relations, Reklama oraz jej rodzaje i kryteria klasyfikacji, Założenia modelu AIDA oraz zasady ofensywnej reklamy, Działania relacyjne, sprzedażowe i wzmacniające materialne elementy wizerunku firmy, Program działań przedsiębiorstwa w zakresie promocji – jak opracować skuteczny plan, Formy promocji uzupełniającej oraz cele, cechy i rodzaje sponsoring, Akwizycja - zasady)
3. Kreowanie wizerunku firmy na stronach www i budowanie wizerunku firmy w Internecie - wprowadzenie
4. Narzędzia marketingu online, social media i tworzenie materiałów marketingowych
5. Zasady SEO i narzędzia Google Analytics
6. E-commerce w praktyce. Jak sprzedawać w Internecie
7. Trening umiejętności interpersonalnych (w tym: Praca w zespole, Zarządzanie sobą w czasie i organizacja stanowiska pracy)

Szkolenie zaplanowano na 37 godz. szkoleniowych/ edukacyjnych - w ten czas nie wliczono przerw (szkolenie prowadzone jest w godz. szkoleniowych/ dydaktycznych, tj. 1 godz. = 45 min.)

W trakcie realizacji usługi rozwojowej, przeprowadzona jest weryfikacja postępów oraz ocena osiągnięcia efektów uczenia się w formie okresowego podsumowania dokonywane grupowo lub indywidualnie z Uczestnikami.

Każda osoba, która ukończy szkolenie (min. 80% obecności na zajęciach) otrzyma zaświadczenie o ukończeniu szkolenia. Osobom, które zdadzą egzamin zewnątrz wydany zostanie przez zewnętrzną jednostkę egzaminującą i certyfikującą ICVC CERTYFIKACJA SP. Z O.O., **Certyfikat ICVC/MICS 20021.48 Marketing Internetowy E-Commerce i Social Media**, potwierdzający uzyskane kwalifikacje.

Warunki organizacyjne realizacji szkolenia:

Zalecana minimalna liczba osób na szkoleniu: 5

Zalecana maksymalna liczba osób na szkoleniu: 25

Sala powinna zapewniać odpowiednią ilość miejsc siedzących. W sali powinny znajdować się stoły lub miejsca zawierające dołączone pulpity na których uczestnicy będą mogli zapisywać notatki.

Układ stołów: dowolny

Zajęcia powinny być prowadzone z wykorzystaniem zróżnicowanych form: indywidualnie i grupowo.

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	5 596,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 596,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	151,24 PLN
Koszt osobogodziny netto	151,24 PLN
W tym koszt walidacji brutto	270,00 PLN
W tym koszt walidacji netto	270,00 PLN
W tym koszt certyfikowania brutto	270,00 PLN
W tym koszt certyfikowania netto	270,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Anna Petynia-Kawa

Absolwentka informacji naukowej i bibliotekoznawstwa na Uniwersytecie Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie.

Specjalistka z zakresu marketingu internetowego, przedsiębiorczyni, trenerka. Na co dzień prowadzi agencję kreatywną AjPi Media, zajmuje się reklamą i marketingiem.

Posiada aktualne doświadczenie zawodowe (nie starsze niż 5 lat) m.in.:

1. Prowadzi agencję kreatywną AjPi Media, zajmuje się reklamą i marketingiem (1.10.2014 nadal, <http://ajpimedia.pl/>)
2. Trener podczas szkoleń zakresu „SOCIAL MEDIA MARKETING”, „Social media marketing - Facebook jako skuteczne narzędzie marketingu internetowego”, „Social media marketing -Instagram jako skuteczne narzędzie marketingu internetowego”, „Content Marketing w kampaniach social media”, „Specjalista marketingu internetowego i e-commerce”
3. Prowadzenie szkoleń z zakresu dostępności cyfrowej (21 dni, 168 godz.) i prostego języka (7 dni, 56 godz.), maj-sierpień 2021r
4. Trener podczas szkoleń z zakresu Specjalista marketingu internetowego i e-commerce (21 dni, 168 godz., 76 os.)

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnik szkolenia otrzyma materiały szkoleniowe z zakresu tematycznego poruszanego podczas szkolenia (np. skrypty).

Informacje dodatkowe

Procedura reklamacji usługi szkoleniowej

Reklamacje można zgłaszać do ALDEO Systemy Zarządzania Sp. z o.o. w formie pisemnej, listem poleconym na adres: ALDEO Systemy Zarządzania Sp. z o.o., ul. Kurpiowska 5/111, 35-620 Rzeszów lub mailem: biuro@aldeo.pl najpóźniej w terminie 14 dni kalendarzowych od daty zakończenia realizacji danej usługi szkoleniowej wg zasad wskazanych w Procedurze reklamacji usługi szkoleniowej dostępnej na stronie internetowej: <http://aldeo.pl/oferta/szkolenia/>

Reklamacja zostanie uwzględniona w przypadku nienależytego zrealizowania Szkolenia z wyłącznej winy ALDEO Systemy Zarządzania Sp. z o.o.

Informujemy, że usługa może zostać poddana kontroli lub audytowi instytucji zewnętrznych, w tym audytowi w ramach audytów funkcjonowania podmiotów w Bazie Usług Rozwojowych. Zespół audytowy ma możliwość na podstawie upoważnienia wydanego przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości do przeprowadzenia wizytacji usługi rozwojowej.

Adres

Dębica

Dębica

woj. podkarpackie

Sala szkoleniowa OSK PRAWKO (II piętro)

Kontakt



Natalia Szkoła

E-mail biuro@aldeo.pl

Telefon (+48) 533 130 200