



Planowanie działań marketingowych z wykorzystaniem Google Analytics 4 - poziom podstawowy - szkolenie

Numer usługi 2025/06/13/161607/2814985

2 214,00 PLN brutto
1 800,00 PLN netto
221,40 PLN brutto/h
180,00 PLN netto/h

Interactive
Advertising Institute
Sp. z o.o.

★★★★★ 4,8 / 5
5 ocen

📍 zdalna w czasie rzeczywistym
🏠 Usługa szkoleniowa
🕒 10 h
📅 02.09.2025 do 03.09.2025

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Szkolenie skierowane jest do:

- agencje zajmujące się na co dzień działaniami innymi niż SEM i analityka internetowa (np. social media, content marketing, PR, branding, projektowanie stron)
- marketerzy zaczynający pracę w dziedzinie SEM i analityki internetowej
- przedsiębiorcy prowadzący na własną rękę różne działania sprzedażowo - marketingowe, którzy chcą lepiej zrozumieć w jaki sposób ich działania przekładają się na sprzedaż
- osoby rozpoczynające swoją przygodę z digital marketingiem i nie mający wcześniej doświadczenia z analityką internetową
- specjaliści z innych dziedzin IT, dla których analityka jest uzupełnieniem ich kompetencji (UX, grafika, programowanie, analityka biznesowa, digital manager)

Usługa jest również adresowana do uczestników projektów:

- Kierunek Kariera Zawodowa,
- Kierunek – Rozwój.
- Małopolski pociąg do kariery

Minimalna liczba uczestników

4

Maksymalna liczba uczestników

15

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

Liczba godzin usługi

10

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje do pracy z danymi pochodzącymi ze świata online, w zakresie podstawowych pojęć związanych z analityką internetową oraz wykorzystaniem Google Analytics 4 do analizy zachowań użytkowników na stronie lub w sklepie internetowym.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Posługuje się wiedzą i umiejętnościami dotyczącymi stosowania narzędzia do prowadzenia analityki internetowej	charakteryzuje pojęcia związane z analizą danych dotyczących stron internetowych oraz zakres możliwych do pozyskania informacji z Google Analytics	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	konfiguruje usługę Google Analytics zgodnie z potrzebami firmy dla usług internetowych i aplikacji mobilnych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	zarządza użytkownikami, uprawnieniami i integracją usługi	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	tworzy i generuje raporty adekwatnie do potrzeb klienta	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	interpretuje pozyskane dane oraz sugeruje działania w celu poprawy efektywności strony i prowadzonych działań promocyjnych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
KOMPETENCJE SPOŁECZNE: Rozwija zdolności analityczne i strategicznego myślenia oraz umiejętności komunikacyjne w kontekście współpracy z zespołem oraz na linii klient - agencja	prezentuje analizę najważniejszych wskaźników marketingowych i uzasadniania swoje wnioski	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Efekty dotyczące umiejętności: Prowadzi działania marketingowe z wykorzystaniem Google Analytics 4	Prowadzi działania marketingowe dostosowane do celu marketingowego z wykorzystaniem Google Analytics 4	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

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

Moduł I

Wprowadzenie do analityki internetowej - 2 h (teoria - 30 min, praktyka 1 h 30 min)

- analityka internetowa i praca z danymi - jak zacząć swoją przygodę z danymi i zaufać im częściej niż własnej intuicji
- konfiguracja, analiza, raportowanie - omówienie najważniejszych etapów pracy z danymi i zakresu codziennych działań w pracy analityka
- Measurement Plan - dokument, który zorganizuje Twoją pracę - w jaki sposób zaplanować, przygotować i uporządkować zagadnienia analityczne w projekcie i nie stracić przy tym nerwów
- migracja z Universal Analytics do Google Analytics 4 - najważniejsze różnice w budowie i działaniu pomiędzy dwoma aktualnie działającymi wersjami Google Analytics
- wymiary, metryki, model danych, zdarzenia i parametry - najważniejsze pojęcia analityki internetowej, które musisz znać zanim rozpocznesz pracę z Google Analytics 4

Moduł II

Konfiguracja konta i usługi Google Analytics 4- 2 h (teoria 20 min, praktyka 1 h 40 min)

- techniczne aspekty działania Google Analytics 4 - co musisz wiedzieć, aby poprawnie skonfigurować usługę i zbierać właściwe dane oraz na jakie przeszkody możesz natrafić w czasie codziennej pracy
- w jaki sposób osadzić kod śledzenia na stronie internetowej - przykładowe wdrożenie kodu śledzenia krok po kroku na stronie Wordpress z wykorzystaniem Google Tag Managera
- zdarzenia (eventy) i parametry - skąd biorą się dane w Google Analytics 4 i w jaki sposób przesyłać do narzędzia wartościowe informacje o tym, co dzieje się na stronie internetowej, które są powiązane z celami biznesowymi - przykładowe zdarzenia e-commerce i B2B, które powinny się znaleźć w każdej usłudze
- konfiguracja usługi, strumienia danych i możliwości integracji z innymi narzędziami Google

Moduł III

Praca z interfejsem Google Analytics 4 - 2 h (teoria - 20 min, praktyka 1 h 40 min)

- definicje najważniejszych metryk w Google Analytics 4 - najważniejsze różnice pomiędzy metrykami znanymi z Universal Analytics i Google Analytics 4
- budowa interfejsu i raporty standardowe w Google Analytics 4 - w jaki sposób odtworzyć dane i raporty, które znamy z Universal Analytics w nowej wersji narzędzia
- źródła ruchu na stronie internetowej - ocena efektywności poszczególnych źródeł ruchu i kampanii (Google Ads, social media) oraz ich wpływu na mikro i makro konwersje

- analiza zdarzeń, zaangażowania użytkownika na stronie i treści, które są konsumowane przez odwiedzających witrynę
- przegląd informacji związanych z użytkownikami oraz tworzenie i obserwacja grup odbiorców
- analiza danych e-commerce dotyczących transakcji i produktów dostępnych w raportach standardowych
- przegląd danych dotyczących atrybucji działań marketingowych do poszczególnych kanałów i kampanii reklamowych

Moduł IV

Eksploracja danych w Google Analytics 4 - 1 h 50 min (teoria 20 min, praktyka 1 h 30 min)

- wprowadzenie do modułu "Eksploracja" - nowego narzędzia dostępnego w interfejsie Google Analytics 4
- najważniejsze techniki eksploracji danych: eksploracja swobodna, eksploracja ścieżki, pokrywanie się segmentów, analiza kohortowa
- tworzenie niestandardowych raportów w Google Analytics 4 i osadzanie ich w interfejsie

Walidacja - test teoretyczny - 10 min

W trakcie szkolenia uczestnicy poznają przykłady prawidłowych i nieprawidłowych działań w zakresie Google Analytics wraz z omówieniem ich skuteczności i efektywności.

Godzina szkoleniowa = 45 min.

Przerwy nie są zawarte w harmonogramie szkolenia. Trener dostosowuje przerwy do potrzeb uczestników (max. 10 min.) i odpowiednio wydłuża zajęcia.

Warunki niezbędne do spełnienia przez uczestników usługi, aby realizacja usługi pozwoliła na osiągnięcie głównego celu: usługa/szkolenie nie wymaga od uczestników znajomości tematu z obszaru e-marketingu, aktywność na zajęciach, minimalny poziom frekwencji - 100%.

Szkolenie przeznaczone jest dla:

- marketerzy zaczynający pracę w dziedzinie SEM i analityki internetowej
- przedsiębiorcy prowadzący na własną rękę różne działania sprzedażowo - marketingowe, którzy chcą lepiej zrozumieć w jaki sposób ich działania przekładają się na sprzedaż
- osoby rozpoczynające swoją przygodę z digital marketingiem i nie mający wcześniej doświadczenia z analityką internetową
- specjaliści z innych dziedzin IT, dla których analityka jest uzupełnieniem ich kompetencji (UX, grafika, programowanie, analityka biznesowa, digital manager)

Ćwiczenia praktyczne z interfejsem narzędzia będą obejmować m.in.:

- samodzielne stworzenie usługi Google Analytics i widoku danych - m. in. filtrowanie, wykluczenie stron odsyłających i parametrów w URL, śledzenie wyszukiwania w witrynie, grupowanie kanałów i treści - Google Tag Manager
- praca z raportami standardowymi - wymiary podstawowe i wymiary dodatkowe, filtrowanie danych, praca z zakresem dat i porównywanie danych w czasie
- tworzenie i zapisywanie segmentów sesji i użytkowników na stronie
- tworzenie adnotacji do danych w Google Analytics
- zapisywanie raportów i eksport danych do narzędzi zewnętrznych
- śledzenie zdarzeń w Google Analytics - analiza interakcji użytkowników z witryną

Walidacja wlicza się w liczbę godzin usługi.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 9

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 9 Moduł I: Wprowadzenie do analityki internetowej - rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu	Mateusz Muryjas	02-09-2025	10:00	10:30	00:30
2 z 9 Moduł I: ćwiczenia praktyczne - Ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Mateusz Muryjas	02-09-2025	10:30	12:00	01:30
3 z 9 Moduł II: Konfiguracja konta i usługi Google Analytics 4 - rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu	Mateusz Muryjas	02-09-2025	12:00	12:20	00:20
4 z 9 Moduł II: ćwiczenia praktyczne - Ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Mateusz Muryjas	02-09-2025	12:20	14:00	01:40
5 z 9 Moduł III: Praca z interfejsem Google Analytics 4 - rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu	Mateusz Muryjas	03-09-2025	10:00	10:20	00:20

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
6 z 9 Moduł III: zajęcia praktyczne - Ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Mateusz Muryjas	03-09-2025	10:20	12:00	01:40
7 z 9 Moduł IV: Eksploracja danych w Google Analytics 4 - rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu	Mateusz Muryjas	03-09-2025	12:00	12:20	00:20
8 z 9 Moduł IV: zajęcia praktyczne - Ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Mateusz Muryjas	03-09-2025	12:20	13:50	01:30
9 z 9 walidacja	-	03-09-2025	13:50	14:00	00:10

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	2 214,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 800,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	221,40 PLN
Koszt osobogodziny netto	180,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Mateusz Muryjas

Praktyk strategii i narzędzi analitycznych. Szkoleniowiec i prelegent na licznych konferencjach branżowych. Od 2019 roku szkoli w obszarach związanych z analityką - przeprowadził ponad 500 godzin szkoleń z tego zakresu. Specjalizuje się w wizualizacji danych, analityce internetowej i inżynierii danych. Pomaga firmom rozwiązywać problemy z analityką internetową i optymalizacją konwersji na każdym etapie - od konfiguracji, przez analizę, wnioskowanie po wizualizację i usprawnienie raportowania. Obszary specjalizacji: ♦ wizualizacja danych - Google Data Studio ♦ ilościowa i jakościowa analiza danych - Google Analytics, Hotjar ♦ konfiguracja analityki i zarządzanie kodami śledzenia - Google Tag Manager, JavaScript, API ♦ rozwiązania server-side (Measurement Protocol, Facebook Server-Side API) ♦ analiza i przetwarzanie zbiorów danych (najczęściej Python: pandas, numpy i inne) Doświadczenie zawodowe: luty 2015 - do teraz Digital Analyst & Data Scientist w <http://analityczny.it/> gru 2017 – obecnie CVO, Fundacja Inicjatyw Gospodarczych, Analitycznych i Technologicznych sie 2018 – wrz 2020 Ministerstwo Cyfryzacji, członek grupy roboczej ds. cyfryzacji profesjonalistów Ostatnie 5 lat aktywnie działa w branży marketingowej.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymują:

- materiały autorskie, opracowane przez trenera, udostępniane uczestnikom drogą online, w formacie pdf.
- prezentację materiałów z internetu (serwisy www, infografiki, materiały multimedialne, filmy)
- bazę wiedzy: linki do serwisów i portali
- case study (najciekawsze przykłady z doświadczenia szkoleniowca)
- linki do publikacji branżowych IAB Polska

Uczestnicy otrzymają zaświadczenie o ukończeniu szkolenia, pod warunkiem min. 100% frekwencji.

Zalecana literatura

- Martyna Zastrożna - **Google Analytics w biznesie. Poradnik dla zaawansowanych** (Wydawnictwo Onepress, ISBN: 978-83-283-8374-6 lub 978-83-246-9500-3)
- Martyna Zastrożna - **Google Analytics dla marketingowców. Wydanie III lub II** (Wydawnictwo Onepress, ISBN: 978-83-283-8375-3 lub 978-83-246-8100-6)
- Krzysztof Marzec, Tomasz Trzósło - **AdWords i Analytics. Zostań certyfikowanym specjalistą** (Wydawnictwo Naukowe PWN, ISBN: 978-83-01-18960-0)
- Daniel Waisberg - **Google Analytics. Integracja i analiza danych** (Wydawnictwo Onepress, ISBN: 978-83-283-1896-0)
- Avinash Kaushik - **Web Analytics 2.0: The Art of Online Accountability and Science of Customer Centricity** (wersja angielska)
- Michael Loban, Alex Yastrebenetsky - **Crawl, Walk, Run. Advancing Analytics Maturity with Google Marketing Platform** (wersja angielska)

Warunki uczestnictwa

Udział w szkoleniu nie wymaga wiedzy i wcześniejszego doświadczenia z Google Analytics. Rekomendowanym jest wcześniejsze uzyskanie dostępu do konta firmy (organizacji), w której pracuje uczestnik szkolenia, aby mieć możliwość śledzenia przykładów omawianych w trakcie szkolenia na własnych danych.

Przed zapisaniem się proszę o kontakt szkolenia@dimaq.eu w celu potwierdzenia terminu i dostępności miejsc dla Uczestników.

Warunkiem uczestnictwa jest rejestracja i założenie konta w BUR, dokonanie zapisu na szkolenie za pośrednictwem BUR oraz spełnienie wszystkich warunków określonych przez Operatora.

Informacje dodatkowe

Usługa szkoleniowa (nie dotyczy doradztwa) jest zwolniona z podatku VAT w przypadku, kiedy przedsiębiorstwo zwolnione jest z podatku VAT lub dofinansowanie wynosi co najmniej 70%. W innej sytuacji do ceny netto doliczany jest podatek VAT w wysokości 23%.

Po szkoleniu uczestnicy otrzymają materiały szkoleniowe w formie elektronicznej oraz zaświadczenie o ukończeniu szkolenia. Warunkiem otrzymania zaświadczenia jest min. 100% frekwencja.

Zapraszamy na inne szkolenia z e-marketingu, dostępne na stronie: <https://www.iab.org.pl/szkolenia>. Szkolenie może być również zorganizowane w formie szkolenia zamkniętego - na potrzeby konkretnego przedsiębiorstwa.

Warunki techniczne

Szkolenie będzie dostępne na platformie Zoom lub Teams. Każdy z uczestników dostanie link do szkolenia.

Minimalne wymagania sprzętowe, jakie musi spełniać komputer Uczestnika lub inne urządzenie do zdalnej komunikacji - system operacyjnych Windows, macOS i Linux, zalecany: procesor dwurdzeniowy o taktowaniu co najmniej 2 Ghz (Intel i3/i5/i7 lub ekwiwalent AMD), pamięć RAM - 4 Gb

Minimalne wymagania dotyczące parametrów łącza sieciowego, jakim musi dysponować Uczestnik: dla audio 256 kb/s, Video w wersji HD – 4Mb/s – to są parametry górne graniczne.

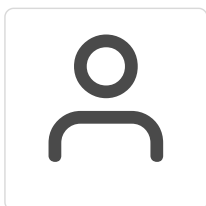
System dopasowuje się do łącza i działa na każdych dostępnych parametrach.

Wymagane kamera i mikrofon.

Podstawą do rozliczenia usługi jest wygenerowanie z systemu raportu, umożliwiającego identyfikację wszystkich uczestników oraz zastosowanego narzędzia.

Link umożliwiający uczestnictwo w spotkaniu on-line będzie aktywny przez cały okres trwania kursu.

Kontakt



Agnieszka Fabianowicz

E-mail a.fabianowicz@dimaq.eu

Telefon (+48) 515 992 599