



Google Ads - usługa szkoleniowa

Numer usługi 2025/07/14/180138/2878198

5 300,00 PLN brutto

5 300,00 PLN netto

220,83 PLN brutto/h

220,83 PLN netto/h

HC SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚ
CIĄ

★★★★★ 4,9 / 5

829 ocen

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 24 h

📅 13.10.2025 do 15.10.2025

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Grupa docelowa usługi	Szkolenie skierowane jest do pracowników z branży hotelarskiej i turystycznej (działy marketingu, sprzedaży, recepcji), którzy od podstaw chcą nauczyć się praktycznego i samodzielnego zarządzania reklamą w Google. Usługa jest przeznaczona dla osób, które rozpoczynają przygodę z reklamą online i nie mają wcześniejszego doświadczenia z Google Ads.
Minimalna liczba uczestników	1
Maksymalna liczba uczestników	5
Data zakończenia rekrutacji	12-10-2025
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	24
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Znak Jakości TGLS Quality Alliance

Cel

Cel edukacyjny

Celem szkolenia jest przygotowanie uczestników do samodzielnej i świadomej pracy z systemem reklamowym Google Ads. Uczestnik, który ukończy szkolenie, będzie rozumiał, czym są kampanie Google Ads i jak działają w kontekście strategii marketingowej firmy. Zdobędzie umiejętność planowania, tworzenia i prowadzenia kampanii reklamowych w sieci wyszukiwania, a także analizowania ich skuteczności i wprowadzania podstawowych działań optymalizacyjnych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Charakteryzuje strukturę konta Google Ads oraz dostępne typy kampanii (wyszukiwanie, display, wideo, zakupy)	charakteryzuje zależności między poziomami struktury konta (konto, kampania, grupa reklam, reklama)	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	charakteryzuje zastosowanie i cele poszczególnych typów kampanii	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Definiuje podstawowe wskaźniki efektywności kampanii reklamowej (CTR, CPC, CPM, Quality Score)	definiuje skróty CTR, CPC, CPM oraz ich znaczenie w kampanii	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	definiuje wpływ wyniku jakości (Quality Score) na koszt reklamy i pozycję ogłoszenia	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Projektuje kampanię w sieci wyszukiwania z wykorzystaniem odpowiednich słów kluczowych i ustawień kampanii	Na podstawie przedstawionego scenariusza, uczestnik wskazuje prawidłowy podział na grupy reklam oraz rozróżnia właściwe typy dopasowań słów kluczowych.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Na podstawie opisanego scenariusza, uczestnik wskazuje prawidłowe ustawienia kampanii (budżet, lokalizacja, język).	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uzasadnia wybór strategii budżetowej i modelu ustalania stawek w zależności od celu kampanii	Uczestnik identyfikuje właściwą strategię ustalania stawek (np. CPC, CPA) dopasowaną do opisanego celu biznesowego.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uczestnik poprawnie oblicza budżet dzienny na podstawie podanego budżetu miesięcznego oraz wskazuje prawidłowe ustawienia harmonogramu reklam dla opisanego scenariusza.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uczestnik identyfikuje kluczowe etapy w procesie tworzenia kampanii, które można przypisać różnym rolam w zespole.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Na podstawie opisanego harmonogramu i założeń kampanii, uczestnik wskazuje potencjalne ryzyka lub niezgodności.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Organizuje pracę zespołu przy projektowaniu kampanii, przypisując zadania do ról		

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

Dzień 1 – Wprowadzenie do Google Ads i struktura kampanii

Sesja 1: Wprowadzenie i podstawowe pojęcia

- Czym jest Google Ads?
- Rodzaje kampanii: wyszukiwanie, display, wideo, zakupy
- Ekosystem reklam Google
- Omówienie podstawowych wskaźników (CTR, CPC, CPM, Quality Score)

Sesja 2: Konto Google Ads – od podstaw

- Zakładanie konta Google Ads
- Struktura konta: konto → kampania → grupa reklam → reklamy i słowa kluczowe
- Interfejs Google Ads – przegląd panelu

Sesja 3: Tworzenie pierwszej kampanii w sieci wyszukiwania

- Ustawienia kampanii: budżet, lokalizacja, język
- Dobór słów kluczowych (narzędzia: Keyword Planner)
- Typy dopasowań słów kluczowych
- Warsztat: stworzenie przykładowej kampanii

Dzień 2 – Tworzenie skutecznych reklam i optymalizacja

Sesja 1: Pisanie skutecznych reklam tekstowych

- Struktura reklamy tekstowej (nagłówki, ścieżki, tekst reklamowy)
- Rozszerzenia reklam (linki do podstron, objaśnienia, rozszerzenia lokalizacji itp.)
- Dobre praktyki copywriterskie

Sesja 2: Jakość reklam i wpływ na wynik

- Wynik Jakości (Quality Score): co wpływa i jak poprawić?
- Strona docelowa – rola landing page'a
- Testowanie A/B różnych wersji reklam

Sesja 3: Podstawy optymalizacji kampanii

- Jak analizować skuteczność reklam
- Wprowadzanie zmian: pauzowanie słów, edytowanie reklam, zmiana stawek
- Warsztat: analiza przykładowej kampanii i propozycja optymalizacji

Dzień 3 – Raportowanie, budżetowanie i praktyczne ćwiczenia

Sesja 1: Budżetowanie i strategię ustalania stawek

- Rodzaje strategii: ręczne CPC, maksymalizacja kliknięć, CPA
- Ustawianie dziennego budżetu i limitów
- Harmonogramy reklam i dostosowania stawek

Sesja 2: Śledzenie konwersji i raportowanie

- Czym są konwersje? Typy konwersji (zakup, formularz, telefon)
- Instalacja tagu Google Ads (GTAG/Google Tag Manager)
- Raporty i metryki – jak analizować wyniki kampanii

Sesja 3: Warsztat końcowy – przygotowanie kampanii

- Ćwiczenie: zaprojektowanie kompletnej kampanii przez uczestników
- Prezentacja kampanii i wspólna analiza
- Podsumowanie szkolenia
- Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie - walidacja

Szkolenie odbywa się w godzinach dydaktycznych, czyli 1 godzina szkolenia równa się 45 minut.

W trakcie dnia są uwzględnione 2 przerwy po 30 minut które nie są wliczane do czasu trwania usługi.

Prowadzone w ramach szkolenia zajęcia realizowane są metodami interaktywnymi i aktywizującymi, rozumianymi jako metody umożliwiające uczenie się w oparciu o doświadczenie i pozwalające uczestnikom na ćwiczenie umiejętności. Weryfikacja obecności odbywać się będzie na podstawie raportu logowań.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 16

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 16 Sesja 1: Wprowadzenie i podstawowe pojęcia	Artur Długosz	13-10-2025	08:00	10:30	02:30
2 z 16 Przerwa	Artur Długosz	13-10-2025	10:30	11:00	00:30
3 z 16 Sesja 2: Konto Google Ads – od podstaw	Artur Długosz	13-10-2025	11:00	13:00	02:00
4 z 16 Przerwa	Artur Długosz	13-10-2025	13:00	13:30	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
5 z 16 Sesja 3: Tworzenie pierwszej kampanii w sieci wyszukiwania	Artur Długosz	13-10-2025	13:30	15:00	01:30
6 z 16 Sesja 1: Pisanie skutecznych reklam tekstowych	Artur Długosz	14-10-2025	08:00	10:30	02:30
7 z 16 Przerwa	Artur Długosz	14-10-2025	10:30	11:00	00:30
8 z 16 Sesja 2: Jakość reklam i wpływ na wynik	Artur Długosz	14-10-2025	11:00	13:00	02:00
9 z 16 Przerwa	Artur Długosz	14-10-2025	13:00	13:30	00:30
10 z 16 Sesja 3: Podstawy optymalizacji kampanii	Artur Długosz	14-10-2025	13:30	15:00	01:30
11 z 16 Sesja 1: Budżetowanie i strategię ustalania stawek	Artur Długosz	15-10-2025	08:00	10:30	02:30
12 z 16 Przerwa	Artur Długosz	15-10-2025	10:30	11:00	00:30
13 z 16 Sesja 2: Śledzenie konwersji i raportowanie	Artur Długosz	15-10-2025	11:00	13:00	02:00
14 z 16 Przerwa	Artur Długosz	15-10-2025	13:00	13:30	00:30
15 z 16 Sesja 3: Warsztat końcowy – przygotowanie kampanii	Artur Długosz	15-10-2025	13:30	14:30	01:00
16 z 16 Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie - walidacja	Artur Długosz	15-10-2025	14:30	15:00	00:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 300,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 300,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	220,83 PLN
Koszt osobogodziny netto	220,83 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Artur Długosz

Artur Długosz – Praktyk i strateg marketingu internetowego z ponad 5-letnim doświadczeniem. Jako założyciel agencji PlusDok na co dzień doradza i wdraża rozwiązania, które zwiększają widoczność firm w internecie i generują zapytania od klientów.

Specjalizuje się w marketingu w wyszukiwarkach (SEO i Google Ads), tworzeniu stron internetowych oraz optymalizacji procesów biznesowych. W swojej pracy i podczas szkoleń koncentruje się na danych, logice i przełożeniu działań marketingowych na realne wyniki finansowe. Uczy, jak myśleć o kampaniach w kategoriach inwestycji i maksymalizacji zwrotu (ROI), przekazując wiedzę w sposób warsztatowy i nastawiony na samodzielność uczestników.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

1. **Prezentacja PDF** – komplet slajdów ze szkolenia (dzień 1–3)
2. **Checklista kampanii** – krok po kroku: jak uruchomić kampanię
3. **Szablon planu kampanii (Word/Google Docs)** – miejsce na: cel, budżet, grupa reklam, słowa kluczowe, reklamy
4. **Arkusz Excel / Google Sheets** – prosty planer budżetu i struktury kampanii
5. **Ćwiczenia PDF** – zadania z doбором słów kluczowych i pisaniem reklam
6. **Mini-case (PDF)** – 2–3 przykłady branżowe do zaplanowania kampanii
7. **Lista linków** – Keyword Planner, Google Trends, Tag Assistant, pomoc Google
8. **Instrukcja (PDF)** – jak zainstalować tag konwersji (Google Tag Manager)
9. **Certyfikat uczestnictwa (PDF)** – imienny, gotowy do pobrania

Warunki techniczne

1. Platforma komunikacyjna: Microsoft Teams.

2. Wymagania sprzętowe: Uczestnik musi dysponować komputerem stacjonarnym lub laptopem wyposażonym w sprawny mikrofon, kamerę i słuchawki/głośniki, spełniającym następujące minimalne wymagania:

- System operacyjny: Aktualna, wspierana wersja (minimum Windows 10 lub macOS Mojave).

- Pamięć RAM: Minimum 4 GB (rekomendowane 8 GB dla zapewnienia płynnej pracy).

3. Wymagania sieciowe: Stabilne łącze internetowe o prędkości pobierania minimum 5 Mb/s (megabitów na sekundę).

4. Oprogramowanie: Aktualna wersja nowoczesnej przeglądarki internetowej. Rekomendowany jest Google Chrome w celu zapewnienia pełnej kompatybilności z narzędziami Google.

5. Dostęp do szkolenia: Link do spotkania online będzie aktywny od 1 godziny przed rozpoczęciem szkolenia w dniu pierwszym do 1 godziny po jego zakończeniu w dniu ostatnim.

Dodatkowe fakultatywne zalecenia dla komfortu uczestników:

Dwa monitory: Praca na dwóch monitorach znacząco podnosi komfort i efektywność nauki (umożliwia jednocześnie obserwowanie ekranu trenera i samodzielną pracę w panelu Google Ads).

Kontakt



Dominik Hamera

E-mail office@hameracapital.eu

Telefon (+48) 888 677 422