



DIGITAL BRAND
MAGDALENA
GŁOMSKA

★★★★★ 4,6 / 5

1 506 ocen

Szkolenie SEO (Search Engine Optimisation) z wykorzystaniem sztucznej inteligencji AI – od podstaw do zaawansowanego.

Numer usługi 2025/07/17/118911/2886530

📍 Gdańsk / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 16 h

📅 03.12.2025 do 04.12.2025

2 960,00 PLN brutto

2 960,00 PLN netto

185,00 PLN brutto/h

185,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Szkolenie z pozycjonowania adresowane jest m.in. do:

- osób planujących karierę w SEO,
- przedsiębiorców (właścicieli mikro i małych firm),
- młodszych specjalistów SEO,
- pracowników działu marketingu i marketingu internetowego,
- pracowników sklepów internetowych,
- właścicieli i administratorów stron internetowych,
- blogerów,
- copywriterów,
- dziennikarzy,
- ux designerów,
- pozostałych osób zainteresowanych SEO

Minimalna liczba uczestników

2

Maksymalna liczba uczestników

4

Data zakończenia rekrutacji

02-12-2025

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

16

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Celem szkolenia jest wdrażanie strategii SEO w efektywnym rozwoju obecności online z wykorzystaniem sztucznej inteligencji.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Planuje działania właściwej strategii SEO	Ocena kiedy warto inwestować w SEO, a kiedy nie warto	Test teoretyczny
	Dobiera odpowiednie słowa kluczowe	Test teoretyczny
	Stosuje SEO do pozyskiwania klientów	Test teoretyczny
	Definiuje jak sprawdzić, czy firma pozycjonująca dobrze wykonuje swoją pracę	Test teoretyczny
	Planuje właściwą strategię dla SEO	Test teoretyczny
	Buduje poprawną strukturę strony	Test teoretyczny
projektuje strony optymalnej dla Google	Definiuje czym jest algorytm Google	Test teoretyczny
	Omawia czym jest zaufanie Google do strony i jaki ma ono wpływ na ruch	Test teoretyczny
	Tworzy Google Search Console na stronie	Test teoretyczny
	Wykorzystuje indeksowanie strony przez Google	Test teoretyczny
	Planuje skuteczną strategię pozyskiwania klientów z Google	Test teoretyczny
Używa sztucznej inteligencji (AI) w kontekście SEO	Dobiera słowa kluczowe z wykorzystaniem AI: czat GPR, Claude, Yoast	Test teoretyczny
	Wykorzystuje czat GPT oraz Claude jako narzędzie AI do generowania opisów	Test teoretyczny

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

Usługa stacjonarna, realizowana jest w godzinach dydaktycznych 45 min

Przerwy nie są wliczone w czas trwania usługi.

Liczbę godzin praktycznych: 12h

Liczba godzin teoretycznych: 4h

Metody pracy: wykłady, dyskusje z uczestnikami i case study uczestników, ćwiczenia indywidualne.

Aby realizacja usługi pozwoliła osiągnąć cel główny, warunkiem jest zaangażowanie uczestnika w różnorodne formy pracy podczas szkolenia.

Aby wziąć udział w szkoleniu nie jest wymagana żadna wiedza z zakresu omawianych pojęć.

DZIEŃ I

Przeprowadzenie testu wiedzy (pre-test w ramach walidacji)

I blok - Czym jest SEO?- teoria-rozmowa na żywo

- Charakterystyka SEO
- Czym jest SEO?
- Wyniki naturalne vs. płatne, SEM = SEO + PPC
- Działanie wyszukiwarki – wpływ sztucznej inteligencji na wyniki: personalizacja i hiper-personalizacja
- Roboty, wyszukiwarki, data center, boty AI
- Jak Google widzi Twoją stronę?
- Google PageRank – obecna wartość wskaźnika
- Dobór i analiza słów kluczowych
- Jak szukać odpowiednich słów kluczowych?
- Konkurencyjność fraz
- Na co pozycjonuje się konkurencja?
- Przegląd najlepszych narzędzi doboru fraz

II blok - Przedstawienie i omówienie najważniejszych czynników wpływających na pozycję- teoria+praktyka-rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu

- Najważniejsze czynniki wpływające na pozycje w Google – wstęp

- Przedstawienie i omówienie najważniejszych czynników wpływających na pozycję
- Jak wpływać na pozycję w Google? – czynniki wewnętrzne
- Optymalna budowa adresów stron oraz linki
- Sekcja head
- Kod strony i jego wpływ na pozycję
- Optymalna budowa strony pod wyszukiwarkę Google
- Linkowanie wewnętrzne

III blok- SEO Copywriting z wykorzystaniem AI – jak pisać teksty przyjazne wyszukiwarkom?- teoria-rozmowa na żywo

- SEO Copywriting – jak pisać teksty przyjazne wyszukiwarkom?
- Pisanie tekstów z wykorzystaniem słów kluczowych
- **Wykorzystywanie sztucznej inteligencji do tworzenia tekstów**
- **Sprawdzanie statusów „Ai generated” vs „Human writing”**
- Jak uniknąć przeoptymalizowania witryny?
- Jak wpływać na pozycję w Google? – czynniki zewnętrzne
- Rodzaje linków
- Link Building
- W jaki sposób poprawnie linkować?
- Metody pozyskiwania linków
- Linkowanie mające negatywny wpływ na pozycję
- Local SEO
- Pozycjonowanie w wynikach lokalnych i mapach
- Elementy optymalizowane w mapach

Blok IV i V - Najważniejsze raporty każdego właściciela witryny. Jak zacząć stosowanie SEO?-praktyka-ćwiczenia

- Google Search Console
- najważniejsze raporty każdego właściciela witryny
- **Raporty generowane przez sztuczną inteligencję**
- Google sitemap w Search Console
- Robots.txt
- Filtry w Google
- Jak działają i na czym polegają zmiany algorytmiczne?
- Jak sprawdzić, czy nasza witryna ma filtr?
- Jak bronić się przed filtrem?
- Strategie SEO
- Pozycjonowanie wybranych słów
- Pozycjonowanie szerokie (Long Tail)
- SEO multimediów (grafika i video)
- SEO PR
- SEO dla Social Media i Web 2.0.
- Mobile Search
- Jak zacząć stosowanie SEO?
- Do kiedy jesteśmy w stanie pozycjonować witrynę samodzielnie?
- Wybór strategii SEO – **użycie AI do budowania strategii**
- Jak skutecznie współpracować z agencją SEO?
- Modele rozliczeń SEO
- Najważniejsze czynniki przy wyborze dobrej oferty SEO
- Przykładowe oferty
- Podsumowanie i zakończenie pierwszego dnia szkolenia

DZIEŃ II

Blok VI - Badanie backlinków własnych i konkurencji; analiza stron- teoria- rozmowa na żywo

- Badanie backlinków własnych i konkurencji
- Profesjonalna analiza stron za pomocą narzędzi jak:
- **Ahrefs – z wykorzystaniem AI**
- MOZ
- Semrush
- Zaawansowane techniki optymalizacji witryny
- Poprawna migracja lub przebudowa witryny
- Jak zachować uzyskane pozycje przy przebudowie witryny

- Zmiany adresów URL podstron witryny
- Zmiana domeny z zachowaniem uzyskanych pozycji
- Najważniejsze zmiany na poziomie kodu źródłowego witryny
- Rich Snippets w wyszukiwarce Google

Blok VII - Wszystko o zapleczach SEO-praktyka-ćwiczenia

- Znaczenie hostingu w budowie zaplecza SEO
- Jak budować efektywne zaplecza
- Narzędzia automatyzujące budowę zaplecza i generatory treści
- Najnowsze zmiany w algorytmach Google: **sztuczna inteligencja SGE**
- Jak utrzymać pozycje przy zmianach algorytmu Google
- Filtry i kary w Google
- Analiza danych, czyli jak rozpoznać, że nasza witryna została ukarana?
- Jak wydostać się z filtra Google?

Blok VIII - Pozycjonowanie-praktyka-ćwiczenia

- Black Hat SEO
- Agresywne techniki pozycjonowania
- **Jak AI Google rozpoznaje teksty generowane przez AI**
- Czym jest pozycjonowanie przez piramidy
- Przegląd technik linkowania „nie lubianych” przez Google
- Zaawansowany link building
- Link Baiting – kreatywne metody pozyskiwania linków
- Obecne źródła dobrych linków
- Od czego zacząć budowanie dobrej sieci linków
- Content marketing
- Jak blog firmowy może pomóc w pozycjonowaniu?
- Guest blogging – skuteczne wpisy gościnne
- Przegląd polskich platform content marketingowych (Linkhouse, Whitepress)

IX blok - Wyszukiwanie nowych miejsc promocji-teoria-rozmowa na żywo

- Footprinty – skuteczne wyszukiwanie nowych miejsc promocji własnej witryny
- Szukanie miejsc promocji przy wykorzystaniu Google
- Wyszukiwanie nowych miejsc promocji
- Identyfikacja miejsc promocji konkurencji
- SEO kiedyś i dziś
- Techniki pozycjonowania, które już NIE działają
- Jak skutecznie pozycjonować w najbliższych latach?
- Jak budować stabilne pozycje na lata? – przyszłościowe podejście do SEO
- **Czy wszyscy zasilamy AI?**
- Podsumowanie i zakończenie szkolenia

Przeprowadzenie testu wiedzy (post-test w ramach walidacji).

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 14

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 14 Przeprowadzenie testu wiedzy (pre-test w ramach walidacji)	-	03-12-2025	08:30	08:45	00:15
2 z 14 I blok - Czym jest SEO?- teoria-rozmowa na żywo	Krzysztof Bernardyn	03-12-2025	08:45	10:00	01:15
3 z 14 Przerwa 30 minut	Krzysztof Bernardyn	03-12-2025	10:00	10:30	00:30
4 z 14 II blok - Przedstawienie i omówienie najważniejszych czynników wpływających na pozycję- teoria+praktyka-rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Krzysztof Bernardyn	03-12-2025	10:30	12:00	01:30
5 z 14 Przerwa 30 minut	Krzysztof Bernardyn	03-12-2025	12:00	12:30	00:30
6 z 14 III blok- SEO Copywriting z wykorzystaniem AI – jak pisać teksty przyjazne wyszukiwarkom? - teoria-rozmowa na żywo	Krzysztof Bernardyn	03-12-2025	12:30	14:00	01:30
7 z 14 Blok IV i V - Najważniejsze raporty każdego właściciela witryny. Jak zacząć stosowanie SEO? -praktyka-ćwiczenia	Krzysztof Bernardyn	03-12-2025	14:00	15:30	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
8 z 14 Blok VI - Badanie backlinków własnych i konkurencji; analiza stron- teoria- rozmowa na żywo	Krzysztof Bernardyn	04-12-2025	08:30	10:00	01:30
9 z 14 Przerwa 30 minut	Krzysztof Bernardyn	04-12-2025	10:00	10:30	00:30
10 z 14 Blok VII - Wszystko o zapleczach SEO- praktyka- ćwiczenia	Krzysztof Bernardyn	04-12-2025	10:30	12:00	01:30
11 z 14 Przerwa 30 minut	Krzysztof Bernardyn	04-12-2025	12:00	12:30	00:30
12 z 14 Blok VIII - Pozycjonowanie- praktyka- ćwiczenia	Krzysztof Bernardyn	04-12-2025	12:30	14:00	01:30
13 z 14 IX blok - Wyszukiwanie nowych miejsc promocji-teoria- rozmowa na żywo	Krzysztof Bernardyn	04-12-2025	14:00	15:15	01:15
14 z 14 Przeprowadzenie testu wiedzy (post-test w ramach walidacji).	-	04-12-2025	15:15	15:30	00:15

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	2 960,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	2 960,00 PLN

Koszt osobogodziny brutto

185,00 PLN

Koszt osobogodziny netto

185,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Krzysztof Bernardyn

Trener od 2017 roku. Prowadzi indywidualne oraz grupowe kursy i szkolenia z tematyki SEO + nowe technologie, E-commerce, a także Projektowania UI oraz UX wraz z implementacją WordPress / no-code. Przeprowadził ponad 600 godzin szkoleniowych w ostatnich dwóch latach – wśród klientów były zarówno mikro i małe przedsiębiorstwa, jak i liderzy rynku, zatrudniający setki osób.

Najważniejszą wartością szkoleń jest próba indywidualnego / szerokiego spojrzenia i znalezienia najbardziej optymalnego rozwiązania, pomagającego rozwijać konkretne cele biznesowe. Każde szkolenie poprzedzone jest wcześniejszym wywiadem i, w miarę możliwości, szczegółowym audytem oraz analizą konkurencji.

Studiował chemię na Uniwersytecie Gdańskim, którą ukończył w 2007 roku. Od 2007 roku, stale związany z branżą reklamową i kreatywną, gdzie poprzez pracę w agencjach i wydawnictwach zdobywał doświadczenie pracując dla polskich i zagranicznych firm (w tym dla Media Markt Polska). W latach 2015-2023 współwłaściciel agencji reklamowej Snowball Media.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymują prezentację ze szkolenia, a także certyfikat szkolenia.

Warunki uczestnictwa

Wymogi unijne związane z realizacją szkolenia z dofinansowaniem:

- Warunkiem uzyskania zaświadczenia jest uczestnictwo w co najmniej 80%- 100% (w zależności od programu dofinansowania i podpisanej umowy z Operatorem) zajęć usługi rozwojowej

Rekomendowane warunki techniczne:

- Założone konto Canva (może być wersja bezpłatna)
- Procesor dwurdzeniowy 2GHz lub lepszy (zalecany czterordzeniowy);
- 2GB pamięci RAM (zalecane 4GB lub więcej);
- System operacyjny taki jak Windows 8 (zalecany Windows 11), Mac OS wersja 10.13 (zalecana najnowsza wersja), Linux, Chrome OS.
- Korzystanie z Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, Edge (Chromium), Yandex lub Opera. Należy korzystać z najaktualniejszej oficjalnej wersji wybranej przeglądarki.

Należy zabrać:

- laptopa, myszkę, ładowarkę
- telefon i ładowarkę

Informacje dodatkowe

Jak przygotować się do szkolenia aby było jeszcze bardziej efektywne?

- Sprawdź czy masz dostęp do swojej strony internetowej/sklepu – jeśli jest to możliwe – pozyskaj
- Sprawdź czy masz dostęp do swojego konta w Google Analytics -- jeśli jest to możliwe – pozyskaj

Organizacja szkolenia:

Szkolenie podzielone jest na blok teoretyczno-warsztatowy według ustalonego harmonogramu. Praca odbywa się na odpowiednio skonfigurowanej firmowej stronie internetowej. Tematyka, zakres oraz tempo prowadzonych szkoleń dopasowane jest do potrzeb Uczestników szkolenia.

Adres

ul. Kaprów 3a/36

80-316 Gdańsk

woj. pomorskie

Sala szkoleniowa mieści się w Gdańsku - Oliwa, na trzecim piętrze w kamienicy biurowej.

W pobliżu znajduje się parking płatny. Łatwy dojazd środkami komunikacji miejskiej: SKM, tramwaj, autobus.

Udogodnienia dla osób z niepełnosprawnościami:

- Winda
- Podjazd
- Szerokie drzwi
- Dostosowana toaleta

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Magdalena Głomska

E-mail biuro@digitalbrand.com.pl

Telefon (+48) 505 139 506