



Digital Marketing
Krzysztof Szymak

★★★★★ 4,9 / 5
263 oceny

Green Marketing Basics + AI: Tworzenie energooszczędnej strony docelowej oraz ekologicznej kampanii w sieci wyszukiwania Google Ads, zgodnej z metodą dopasowania, z wykorzystaniem sztucznej inteligencji. Szkolenie.

Numer usługi 2025/07/21/163842/2892897

📍 Rybnik / stacjonarna
🏠 Usługa szkoleniowa
🕒 16 h
📅 18.10.2025 do 19.10.2025

4 944,00 PLN brutto
4 944,00 PLN netto
309,00 PLN brutto/h
309,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria

Informatyka i telekomunikacja / Internet

Grupa docelowa usługi

Szkolenie skierowane jest do osób indywidualnych, które planują z własnej inicjatywy podnieść swoje umiejętności w zakresie kompetencji cyfrowych, szczególnie dla osób, które chciałyby zdobyć podstawową wiedzę i umiejętności w obszarze tworzenia stron docelowych oraz skutecznych kampanii Google Ads w sieci wyszukiwania, zgodnych z metodą dopasowania.

Usługa szkoleniowa dedykowana jest także dla osób chcących podnieść swoje zielone kompetencje w zakresie planowania kampanii, z uwzględnieniem aspektów ekologicznych oraz tworzenia, monitorowania i optymalizacji ekologicznej strony docelowej.

Grupą docelową szkolenia są również osoby, które pracują w branży IT lub w Internecie, chcący pogłębić swoją wiedzę na temat zielonego marketingu.

Szkolenie skierowane jest również do osób zainteresowanych wykorzystaniem narzędzi opartych na sztucznej inteligencji (AI) w procesie tworzenia treści, projektowania stron docelowych oraz optymalizacji kampanii reklamowych.

Minimalna liczba uczestników

4

Maksymalna liczba uczestników

14

Data zakończenia rekrutacji

17-10-2025

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

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 szkoleniowa przygotowuje do wdrożenia w działaniach marketingowych zasad "zielonego marketingu" - zrównoważonych praktyk w procesie tworzenia strony docelowej oraz kampanii reklamowych w sieci wyszukiwania Google Ads, z wykorzystaniem sztucznej inteligencji (AI). Uczestnicy nauczą się projektować i optymalizować kampanie oraz strony docelowe, które minimalizują zużycie zasobów, przyczyniając się do ochrony środowiska naturalnego przed szkodami związanymi z technologiami informacyjnymi.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Rozróżnia kluczowe pojęcia dla ekologicznego projektowania stron docelowych oraz kampanii reklamowych.	Definiuje pojęcia takie, jak: "zielony hosting", greenwashing, zielony marketing.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Identyfikuje kluczowe aspekty zrównoważonego rozwoju, takie jak: ochrona zasobów naturalnych, źródła energii odnawialnej, ślad węglowy.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Charakteryzuje układ strony docelowej (landing page) wraz z kluczowymi elementami.	Uzasadnia definicję oraz cel tworzenia strony docelowej (landing page).	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Rozróżnia kluczowe elementy strony docelowej.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Identyfikuje na stronie docelowej angażujące treści, związane z tematyką zrównoważonego rozwoju.	Definiuje pojęcia content marketingu oraz zrównoważonego rozwoju. Stosuje nawiązania do ekologii w publikowanych treściach.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Definiuje układ treści na stronę docelową zgodny z SEO i UX.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Rozpoznaje strategie komunikacji, które eliminują ryzyko greenwashingu i promują autentyczne działania proekologiczne.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Charakteryzuje sposoby zarządzania kampaniami reklamowymi promującymi zrównoważony rozwój.	Wskazuje cechy kampanii reklamowych, które minimalizują ślad węglowy.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Opisuje efektywność kampanii reklamowych, wykorzystując odpowiednie wskaźniki KPI, takie jak zasięg, zaangażowanie, konwersja.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Określa sposoby optymalizacji budżetu kampanii na podstawie analizy wyników.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Korzysta z narzędzia "Ecograder".	Analiza dowodów i deklaracji
Optymalizuje stronę docelową w kontekście zużycia zasobów oraz zminimalizowania śladu węglowego.	Przeprowadza analizę wydajności energetycznej strony docelowej.	Analiza dowodów i deklaracji
	Kontroluje zużycie energii przez stronę docelową.	Analiza dowodów i deklaracji
	Definiuje pojęcie "no-code" i uzasadnia wykorzystanie tej metody jako przyjaznej środowisku.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uzasadnia korzystanie z buildera stron internetowych, opartego o system niewymagający bezpośredniego użycia kodu, w kontekście minimalizowania zużycia zasobów.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Nadzoruje konto reklamowe w systemie Google Ads. Tworzy kampanię reklamową w sieci wyszukiwania Google Ads z zachowaniem ekologicznej zasady minimalizmu.	Swobodnie porusza się w panelu administracyjnego konta reklamowego Google Ads.	Analiza dowodów i deklaracji
	Dobiera grupę docelową dla kampanii w sieci wyszukiwania Google Ads.	Analiza dowodów i deklaracji
	Ustawia budżet reklamowy kampanii w sieci wyszukiwania Google Ads.	Analiza dowodów i deklaracji
Dobiera frazy kluczowe z "long tail" zgodne ze zrównoważonym rozwojem.	Stosuje frazy "long tail".	Analiza dowodów i deklaracji
	Korzysta z planera słów kluczowych.	Analiza dowodów i deklaracji
	Ograniczania zużycie zasobów i buduje świadomość proekologiczną m.in. poprzez precyzyjne określanie grupy docelowej czy optymalizację kosztów kampanii.	Analiza dowodów i deklaracji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Planuje dobór grupy docelowej.	Definiuje najważniejsze kryteria grupy docelowej.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Opisuje zasadność określania grupy docelowej.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Charakteryzuje kampanie zgodne z zasadą dopasowania, z uwzględnieniem minimalizowania śladu węglowego.	Uzasadnia wykorzystanie zasady dopasowania w tworzeniu kampanii reklamowej, w sieci wyszukiwania Google Ads.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Rozpoznaje kluczowe elementy kampanii podlegające optymalizacji w celu minimalizowania śladu węglowego.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Implementuje zasadę minimalizmu - identyfikuje sposoby optymalizacji działań i poprawy wydajności kampanii.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Korzysta z rozwiązań technologicznych przyjaznych dla środowiska.	Dodaje na stronę docelową elementy o zmniejszonym rozmiarze - korzysta z narzędzi służących do zmniejszania rozmiarów plików. Używa energooszczędnych i zapewniających lepszą kompresję formatów obrazów (WEBp).	Analiza dowodów i deklaracji
Identyfikuje zasady User Experience w kontekście ekologii i minimalizacji śladu węglowego.	Uzasadnia pojęcie User Experience.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Charakteryzuje zasadę minimalizmu, prowadzącą do poprawy wydajności strony docelowej oraz zmniejszenia liczby zasobów potrzebnych do jej działania, takich jak pamięć, procesor czy transfer danych.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Opisuje sposoby redukowania zużycia energii przez stronę docelową.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Charakteryzuje wpływ technologii cyfrowych na środowisko, ze szczególnym uwzględnieniem stron internetowych.	Wskazuje najważniejsze działania, które należy podjąć podczas przeprowadzania audytu strony docelowej, prowadzącego do ograniczenia śladu węglowego	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Opracowuje i dostosowuje prompty wykorzystujące narzędzia GenAI (np. NotebookLM) do stworzenia treści strony docelowej.	Przygotowuje prompt, który generuje wartościową treść dopasowaną do tematu strony.	Analiza dowodów i deklaracji
	Dostosowuje prompt do różnych grup docelowych lub celów kampanii.	Analiza dowodów i deklaracji
	Wykorzystuje funkcje narzędzi AI (np. NotebookLM, ChatGPT) do zbierania inspiracji i benchmarkingu.	Analiza dowodów i deklaracji
	Wskazuje zastosowania GenAI w tworzeniu treści reklamowych.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Opisuje możliwości i ograniczenia wykorzystania GenAI w generowaniu wariantów reklam tekstowych oraz ich wpływ na efektywność energetyczną działań reklamowych.	Wyjaśnia, w jaki sposób GenAI może przyczynić się do oszczędzania energii.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Identyfikuje potencjalne błędy lub ryzyka związane z wykorzystaniem GenAI.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Identyfikuje kluczowe elementy skutecznej współpracy w zespołowym tworzeniu treści marketingowych.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Opisuje znaczenie współpracy w grupie w planowaniu strategii marketingowej.	Wymienia zasady produktywnej komunikacji w pracy zespołowej przy planowaniu działań marketingowych w Internecie.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Charakteryzuje rolę komunikacji interpersonalnej w działaniach zespołowych przy budowaniu stron docelowych.	Opisuje znaczenie jasnego przekazu i feedbacku w pracy zespołowej nad treściami do strony docelowej.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Określa wpływ skutecznej komunikacji na efektywność strony docelowej.	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

Szkolenie **Green Marketing Basics + AI: Tworzenie energooszczędnej strony docelowej oraz ekologicznej kampanii w sieci wyszukiwania Google Ads, zgodnej z metodą dopasowania, z wykorzystaniem sztucznej inteligencji** jest dedykowane dla osób indywidualnych, chcących podnieść swoje **umiejętności cyfrowe i kompetencje zielone**, które z własnej inicjatywy pragną zdobyć nową umiejętność i poznać nowoczesne zrównoważone techniki projektowania stron docelowych z wykorzystaniem AI oraz ekologicznych kampanii.

Uczestnicy szkolenia będą w stanie stworzyć energooszczędną stronę docelową oraz efektywną, zrównoważoną kampanię reklamową w sieci wyszukiwania w Google Ads, wykorzystując metodę dopasowania. Dzięki poznaniu narzędzi analitycznych nauczą się minimalizować ślad węglowy strony docelowej oraz dobierać odpowiednie frazy kluczowe w kampaniach. Zrozumieją, jak optymalizować działania marketingowe, aby były zgodne z zasadami zrównoważonego rozwoju i ekologii, co wzbudza poczucie odpowiedzialności za środowisko naturalne oraz uświadamia skalę szkód związanych z technologiami cyfrowymi.

Dodatkowo, uczestnicy poznają praktyczne zastosowania narzędzi opartych na sztucznej inteligencji (GenAI) w tworzeniu treści reklamowych oraz stron docelowych. Nauczą się, jak efektywnie wykorzystywać AI do automatyzacji i usprawnienia pracy nad kampaniami, z jednoczesnym uwzględnieniem aspektów ekologicznych.

Zakres szkolenia i kompetencje, które nabędzie uczestnik są zielone na podstawie bazy danych ESCO – wykazu przykładowych zielonych umiejętności opracowanych przez KE w ramach klasyfikacji ESCO:

Zakres szkolenia pozwala m.in.: poruszać tematy problematyki środowiskowej, promować zrównoważony rozwój, wzbudzać pasję do przyrody, angażować innych w zachowania przyjazne dla środowiska; tworzyć i zarządzać stronami docelowymi, promującymi zrównoważone praktyki, które edukują o oszczędzaniu energii i minimalizowaniu zużycia zasobów; tworzyć i zarządzać kampaniami promującymi zrównoważone praktyki; promować zrównoważony rozwój poprzez skuteczne wykorzystanie narzędzi cyfrowych do szerzenia świadomości ekologicznej i zmiany nawyków konsumenckich, tworzyć treści, które wzbudzają zainteresowanie przyrodą i ochroną środowiska, wykorzystując różnorodne formaty, takie jak grafiki i wideo.

Zakres tematyczny usługi szkoleniowej jest spójny z tematyką wynikającą z Regionalnej Strategii Innowacji Województwa Śląskiego 2030 oraz Programu Rozwoju Technologii Województwa Śląskiego na lata 2019-2030 (Obszar technologiczny: Technologie Informacyjne).

Szkolenie poprzez swój zakres tematyczny oraz rozbudowaną część warsztatową wpłynie pozytywnie na poziom umiejętności uczestnika w obszarze nowoczesnych technologii informacyjnych, dotyczących projektowania stron docelowych oraz zielonych kampanii reklamowych, które nie pochłaniają znacznej ilości zasobów, co skutkować będzie zdecydowaną atrakcyjnością absolwenta szkolenia na rynku pracy w sektorze zielonej gospodarki.

Szkolenie będzie miało formę głównie warsztatową. Każdy uczestnik będzie pracował przy komputerze, na własnej stronie docelowej, którą będzie budował od podstaw. **Forma warsztatowa zapewni realizację celu edukacyjnego usługi.**

Usługa realizowana jest w godzinach zegarowych, tj. 1 godzina lekcyjna = 60 minut.

Uwaga do harmonogramu: przerwy na lunch są wliczone w czas trwania usługi i zostały ustalone na godzinę 12:30 - 13:15 pierwszego dnia oraz na godzinę 13:00 - 13:45 drugiego dnia - uwzględniono w harmonogramie.

Część teoretyczna obejmuje 3,5 godziny zegarowe zajęć, natomiast część praktyczna - 9,5 godziny. Pozostały czas trwania usługi to: 2 przerwy (w pierwszym oraz drugim dniu zajęć) po 45 minut oraz 1,5 godziny przeznaczone na kwestie organizacyjne (m.in. przywitanie, pre-testy, post-testy, pytania, podsumowanie zajęć) i walidację usługi.

PROGRAM:

I DZIEŃ SZKOLENIA - 18.10.2025:

08:00 - 08:15 Przywitanie uczestników, omówienie szkolenia, przeprowadzenie pre-testów w celu oceny początkowego poziomu wiedzy uczestników.

08:15 - 09:30 MODUŁ I: Wprowadzenie do tworzenia stron docelowych - kluczowe elementy. "Zielony hosting" i wstęp do zielonego marketingu.

- Definicja i cel strony docelowej (landing page),
- Kluczowe elementy strony docelowej: nagłówki, podtytuły, CTA (Call to Action),
- Psychologia perswazji i zasady wpływu Cialdiniego,
- "Zielony hosting" - ekologiczne rozwiązania hostingowe sposobem na korzystanie z odnawialnych źródeł energii w procesie projektowania stron internetowych,
- Zielony marketing - integracja wartości proekologicznych w strategiach marketingowych.

09:30 - 10:15 MODUŁ II: Content Marketing i SEO przyjazne środowisku.

- Tworzenie efektywnego contentu, promującego działania proekologiczne,
- Budowanie wizerunku marki przyjaznej środowisku,
- Optymalizacja treści pod kątem SEO i zrównoważonego rozwoju,
- User Experience (UX) w kontekście ekologii i minimalizacja śladu węglowego poprzez projektowanie w myśl zasady minimalizmu.

10:15 - 11:00 MODUŁ III: Monitorowanie i optymalizacja ekologiczna strony docelowej.

- Narzędzia do monitorowania ekologicznej wydajności strony, typu Ecograder,
- Analiza i optymalizacja wydajności energetycznej,
- Szybkość ładowania strony i jej wpływ na zużycie energii.

11:00 - 12:30 MODUŁ IV: Wykorzystanie GenAI w tworzeniu ekologicznych treści na stronę docelową.

- Podstawy tworzenia promptów,
- Narzędzie NotebookLM jako pomoc w benchmarkingu i analizie konkurencji,
- Przykłady i dostosowywanie promptów.

12:30 - 13:15 Przerwa.

13:15 - 16:00 MODUŁ V: Projektowanie energooszczędnych stron docelowych.

- Ekologiczne projektowanie stron w duchu no-code,
- Wybór zielonych rozwiązań hostingowych oraz lekkich szablonów w celu minimalizacji śladu węglowego,
- Optymalizacja zużycia energii przez stronę,
- Ćwiczenia: projektowanie strony docelowej.

II DZIEŃ SZKOLENIA - 19.10.2025:

08:00 - 08:15 Przywitanie uczestników, krótkie przypomnienie materiału z poprzedniego dnia, sprawdzenie i rozwiązywanie ewentualnych trudności na aktualnym etapie szkolenia.

08:15 - 09:00 MODUŁ VI: Wprowadzenie do środowiska Google Ads; zielona komunikacja marketingowa.

- Podstawy Google Ads: struktura, terminologia, ustawienia konta,
- Omówienie interfejsu użytkownika i nawigacja w panelu Google Ads,
- Analityka i mierzenie wyników kampanii - optymalizacja pod kątem minimalnego zużycia zasobów,
- Stosowanie wykluczeń,
- Tworzenie kampanii promujących zrównoważone działania - odpowiedzialne podejście do komunikacji marketingowej,
- Ćwiczenia: założenie konta Google Ads i podstawowe ustawienia.

09:00 - 10:15 MODUŁ VII: Tworzenie kampanii w sieci wyszukiwania z zachowaniem ekologicznej zasady minimalizmu.

- Podstawowe ustawienia kampanii w sieci wyszukiwania,
- Ustalanie budżetu i harmonogramu wyświetlania reklam,
- Targetowanie: określenie grup odbiorców,
- Zasada minimalizmu w projektowaniu kampanii - optymalizacja działań i poprawa wydajności kampanii,
- Ćwiczenia: tworzenie pierwszej kampanii "Search" w Google Ads.

10:15 - 11:00 MODUŁ VIII: Wybór odpowiednich fraz kluczowych: Frazy z "long tail".

- Definicja i znaczenie fraz z długiego ogona ("long tail"),
- Narzędzia do analizy słów kluczowych,

- Wybór słów kluczowych zgodnych z ekologicznymi wartościami i strategiami,
- Ćwiczenia: korzystanie z "Planera słów kluczowych" Google Ads.

11:00 - 11:30 MODUŁ IX: Planowanie kampanii z uwzględnieniem aspektów ekologicznych.

- Tworzenie strategii reklamowej opartej na zrównoważonym rozwoju,
- Targetowanie z uwzględnieniem lokalizacji, wieku, zainteresowań przy jednoczesnym minimalizowaniu śladu węglowego,
- Optymalizacja kampanii pod kątem efektywności energetycznej.

11:30 - 13:00 MODUŁ X: Wykorzystanie GenAI w tworzeniu treści reklam w sieci wyszukiwania.

- Rola GenAI w tworzeniu wariantów reklam i opisów,
- Wykorzystanie GenAI jako krytyka,
- Wpływ GenAI na oszczędność energii oraz minimalizowanie śladu węglowego.

13:00 - 13:45 Przerwa.

13:45 - 14:45 MODUŁ IX: Metoda dopasowania: kampania a strona docelowa.

- Definicja i cel wykorzystania "złotej" metody dopasowania,
- Tworzenie dopasowanych fraz kluczowych, reklam i strony docelowej,
- Ćwiczenia: tworzenie kampanii w Google Ads dopasowanej do strony docelowej.

14:45 - 15:15 MODUŁ X: Wpływ stron docelowych na środowisko i techniki jego minimalizowania.

- Zużycie energii przez serwery, infrastrukturę informatyczną oraz urządzenia w ujęciu globalnym,
- Regularne audyty sposobem na ograniczenie śladu węglowego,
- Ochrona środowiska naturalnego przed szkodami związanymi z technologiami cyfrowymi,
- Techniki minimalizowania zużycia zasobów, np. zmniejszanie rozmiaru obrazów, minimalistyczny design, ograniczanie kodowania.

15:15 - 15:30 Podsumowanie szkolenia, sesja pytań, przeprowadzenie post-testów.

15:30 - 16:00 Walidacja - test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie*.

*UWAGI DOTYCZĄCE WALIDACJI USŁUGI:

Walidacja **przeprowadzana jest w formie ZDALNEJ** [forma zdalna dotyczy tylko i wyłącznie osoby walidującej - uczestnicy wypełniają test online, będąc stacjonarnie na sali szkoleniowej] i podzielona jest na 2 etapy:

- walidację **części praktycznej** zajęć (polega na sprawdzeniu przez osobę walidującą nabywanych efektów uczenia się oraz zdefiniowanych w karcie kryteriów weryfikacji w/w efektów, dotyczących **umiejętności**). Walidator posiada dostęp do projektowanych przez Uczestników stron docelowych i zdalnie ocenia postęp prac w trakcie trwania szkolenia (analiza dowodów i deklaracji). Walidator dokonuje również analizy przesłanych przez Uczestników kart pracy i ćwiczeń (analiza dowodów i deklaracji). Ta część odbywa się w godzinach popołudniowych pierwszego dnia oraz w godzinach porannych drugiego dnia szkolenia;
- walidację **części teoretycznej** (polega na sprawdzeniu efektów uczenia się dotyczących **wiedzy**) - przeprowadzoną na koniec zajęć, w formie testu wiedzy online, którego **wynik generuje się automatycznie**.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 18

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 18 Przywitanie uczestników, omówienie szkolenia, przeprowadzenie pre-testów w celu oceny początkowego poziomu wiedzy uczestników.	Krzysztof Szymak	18-10-2025	08:00	08:15	00:15
2 z 18 MODUŁ I: Wprowadzenie do tworzenia stron docelowych - kluczowe elementy. "Zielony hosting" i wstęp do zielonego marketingu.	Krzysztof Szymak	18-10-2025	08:15	09:30	01:15
3 z 18 MODUŁ II: Content Marketing i SEO przyjazne środowisku.	Krzysztof Szymak	18-10-2025	09:30	10:15	00:45
4 z 18 MODUŁ III: Monitorowanie i optymalizacja ekologiczna strony docelowej.	Krzysztof Szymak	18-10-2025	10:15	11:00	00:45
5 z 18 MODUŁ IV: Wykorzystanie GenAI w tworzeniu ekologicznych treści na stronę docelową.	Krzysztof Szymak	18-10-2025	11:00	12:30	01:30
6 z 18 Przerwa.	Krzysztof Szymak	18-10-2025	12:30	13:15	00:45
7 z 18 MODUŁ V: Projektowanie energooszczędnych stron docelowych.	Krzysztof Szymak	18-10-2025	13:15	16:00	02:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
8 z 18 Przywitanie uczestników, krótkie przypomnienie materiału z poprzedniego dnia, sprawdzenie i rozwiązanie ewentualnych trudności na aktualnym etapie szkolenia.	Krzysztof Szymak	19-10-2025	08:00	08:15	00:15
9 z 18 MODUŁ VI: Wprowadzenie do środowiska Google Ads; zielona komunikacja marketingowa.	Krzysztof Szymak	19-10-2025	08:15	09:00	00:45
10 z 18 MODUŁ VII: Tworzenie kampanii w sieci wyszukiwania z zachowaniem ekologicznej zasady minimalizmu.	Krzysztof Szymak	19-10-2025	09:00	10:15	01:15
11 z 18 MODUŁ VIII: Wybór odpowiednich fraz kluczowych: Frazy z "long tail".	Krzysztof Szymak	19-10-2025	10:15	11:00	00:45
12 z 18 MODUŁ IX: Planowanie kampanii z uwzględnieniem aspektów ekologicznych.	Krzysztof Szymak	19-10-2025	11:00	11:30	00:30
13 z 18 MODUŁ X: Wykorzystanie GenAI w tworzeniu treści reklam w sieci wyszukiwania.	Krzysztof Szymak	19-10-2025	11:30	13:00	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
14 z 18 Przerwa.	Krzysztof Szymak	19-10-2025	13:00	13:45	00:45
15 z 18 MODUŁ IX: Metoda dopasowania: kampania a strona docelowa.	Krzysztof Szymak	19-10-2025	13:45	14:45	01:00
16 z 18 MODUŁ X: Wpływ stron docelowych na środowisko i techniki jego minimalizowania.	Krzysztof Szymak	19-10-2025	14:45	15:15	00:30
17 z 18 Podsumowanie szkolenia, sesja pytań, przeprowadzenie post-testów.	Krzysztof Szymak	19-10-2025	15:15	15:30	00:15
18 z 18 Walidacja - test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie*.	-	19-10-2025	15:30	16:00	00:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	4 944,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	4 944,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	309,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	309,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Krzysztof Szymak

Menedżer marketingu, ekspert w dziedzinie green marketingu oraz budowania relacji z klientami w kontekście zasady Pareto, twórca filmów, autor monografii naukowej pt. "Fotografia internetowa nośnikiem wartości moralnych i społecznych", wydanej w 2019 roku w Katowicach. Od tego samego roku prowadzi szkolenia dla przedsiębiorstw oraz osób indywidualnych, specjalizując się w tworzeniu energooszczędnych stron internetowych w systemie WordPress.

Twórca marki Ecogames, zajmującej się produkcją ekologicznych gier planszowych, stanowiących element strategii marketingowych firm. Wspiera firmy w budowaniu wizerunku odpowiedzialnych społecznie marek, promujących zrównoważony rozwój poprzez skuteczne wykorzystanie narzędzi marketingowych do szerzenia świadomości ekologicznej i zmiany nawyków konsumenckich.

Doświadczenie zawodowe zdobyte nie wcześniej niż 5 lat lub kwalifikacje nabyte nie wcześniej niż 5 lat – przed datą wprowadzenia szczegółowych danych dotyczących oferowanej usługi: m.in. WSB Praktyczny marketing internetowy (2022), Google & SGH: Marketing internetowy (2023), ICAN Business Advisor: Marketing strategiczny (2023), Google Analytics Certification (2024), Google Ads Search Certification (2024), Google Ads Display Certification (2024), LH Wordpress (2024), Google & SGH: AI (2025).

Posiada ponad 120 godzin doświadczenia w prowadzeniu szkoleń i konsultacji indywidualnych o podobnej tematyce dla osób dorosłych w ostatnich 12 miesiącach wstecz od dnia rozpoczęcia szkolenia.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Każdy Uczestnik otrzyma **konspekt z materiałami w wersji drukowanej**, który zdecydowanie ułatwia pracę podczas szkolenia, a także posłuży utrwaleniu wiadomości po odbytych szkoleniach. Dla chętnych udostępniamy również konspekt w wersji cyfrowej.

Informacje dodatkowe

Uprzejmie prosimy uczestników o zabranie ze sobą **laptopa** (oraz opcjonalnie myszki komputerowej).

Minimalne wymagania sprzętowe (dla osób korzystających z własnego laptopa):

- system operacyjny: Windows 10 / macOS 10.14 / Linux (aktualny),
- przeglądarka: aktualna wersja (rekomendujemy Chrome),
- procesor min. 2-rdzeniowy, 4 GB RAM (zalecane 8 GB),
- zintegrowana karta graficzna (np. Intel HD Graphics),
- rozdzielczość ekranu min. 1366×768 px,
- stabilne połączenie Wi-Fi,

Wszystkie narzędzia używane podczas szkolenia działają w przeglądarce – nie jest wymagana instalacja dodatkowego oprogramowania.

W przypadku braku dostępu do wymienionego sprzętu lub niemożności jego zabrania na szkolenie, **prosimy o wcześniejsze poinformowanie Dostawcy Usługi - zapewnimy sprzęt.**

Po zakończonym szkoleniu Uczestnicy otrzymają zaświadczenia o uczestnictwie w usłudze szkoleniowej oraz imienny certyfikat.

Informacja o zwolnieniu z VAT: Dz.U. 2013 poz. 1722, §3, ust. 1, pkt 14.

Adres

ul. Chełmońskiego 1
44-200 Rybnik
woj. śląskie

Sala szkoleniowa znajduje się na II piętrze. Ogólnodostępny parking przy budynku.

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Maria Szymak

E-mail maria.szymak@simply.edu.pl

Telefon (+48) 721 324 130