



UNICO SP. Z O.O.

★★★★★ 4,9 / 5

271 ocen

## Unico Marketing: Google Analytics, Google Tag Manager i Google Ads. Szkolenie online od podstaw w analityce i reklamie internetowej

Numer usługi 2025/08/11/160223/2934595

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 22 h

📅 22.09.2025 do 24.09.2025

3 740,00 PLN brutto

3 740,00 PLN netto

170,00 PLN brutto/h

170,00 PLN netto/h

## Informacje podstawowe

|                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|---------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Kategoria                       | Biznes / Marketing                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Grupa docelowa usługi           | Szkolenie jest skierowane do osób rozpoczynających pracę w marketingu internetowym oraz właścicieli małych i średnich firm, którzy chcą samodzielnie wdrażać i wykorzystywać narzędzia analityczne na swoich stronach internetowych. Będzie przydatne także freelancerom i osobom planującym karierę w obszarze digital marketingu, którzy chcą zdobyć praktyczne umiejętności w zakresie konfiguracji i obsługi Google Tag Manager, Google Analytics 4 i Google Ads, aby skuteczniej mierzyć efekty działań promocyjnych i sprzedażowych. |
| Minimalna liczba uczestników    | 2                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Maksymalna liczba uczestników   | 6                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Data zakończenia rekrutacji     | 21-09-2025                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Forma prowadzenia usługi        | zdalna w czasie rzeczywistym                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Liczba godzin usługi            | 22                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| 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

Szkolenie przygotowuje uczestników do samodzielnego konfigurowania Google Tag Manager, Google Analytics 4 oraz tworzenia i zarządzania kampaniami reklamowymi w Google Ads. Szkolenie przygotowuje do wdrażania tagów,

mierzenia konwersji, integracji narzędzi analitycznych i reklamowych, a także doboru i optymalizacji typów kampanii w zależności od celów marketingowych i specyfiki branży. Szkolenie prowadzi do samodzielnego wykorzystania Google do analizy ruchu oraz realizacji działań reklamowych.

**Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji**

| Efekty uczenia się                                                      | Kryteria weryfikacji                                                                           | Metoda walidacji                                      |
|-------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|
| Konfiguruje konto i podstawowe ustawienia Google Tag Manager.           | – wskazuje poprawną ścieżkę zakładania konta GTM,                                              | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
|                                                                         | – rozpoznaje prawidłowy sposób instalacji GTM na stronie lub w CMS,                            | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
|                                                                         | – identyfikuje poprawne przykłady tagów, reguł i zmiennych w GTM.                              | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
| Konfiguruje konto i integruje Google Analytics 4 z witryną internetową. | – wybiera poprawną sekwencję działań przy zakładaniu konta GA4 i ustawianiu strumienia danych, | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
|                                                                         | – rozpoznaje właściwy sposób integracji GA4 z witryną poprzez GTM,                             | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
|                                                                         | – wskazuje poprawny sposób sprawdzenia działania kodu śledzącego.                              | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
|                                                                         | – identyfikuje poprawny sposób dodania zdarzenia niestandardowego w GTM,                       | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
| Tworzy i wdraża zdarzenia oraz konwersje w GA4.                         | – wskazuje prawidłowe kroki konfiguracji konwersji w GA4,                                      | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
|                                                                         | – rozpoznaje właściwą metodę weryfikacji przesyłania danych o zdarzeniach.                     | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
| Analizuje dane w GA4 w kontekście działań marketingowych.               | – wybiera raport standardowy odpowiadający określone celowi analizy,                           | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
|                                                                         | – wskazuje poprawne elementy tworzenia raportu niestandardowego,                               | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
|                                                                         | – rozpoznaje prawidłową interpretację danych dotyczących ruchu, źródeł odwiedzin i zachowań    | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |

| Efekty uczenia się                           | Kryteria weryfikacji                                               | Metoda walidacji                                      |
|----------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|
| Tworzy i konfiguruje konwersje w Google Ads. | – definiuje pojęcie konwersji i przykłady w kontekście Google Ads, | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
|                                              | – opisuje proces tworzenia konwersji w panelu Google Ads,          | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
|                                              | – identyfikuje kroki importu konwersji z GA4 do Google Ads.        | 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

### Dzień 1

#### Moduł 1 – Google Tag Manager – podstawy

- co to jest GTM i po co się go używa
- instalacja GTM na stronie (lub przez CMS)
- wprowadzenie do tagów, reguł i zmiennych

#### Moduł 2 – Google Analytics 4 – podstawowa konfiguracja i analiza

- zakładanie konta GA4
- podpięcie GA4 do strony przez GTM
- implementacja mierzenia zdarzeń – przesłania formularza kontaktowego
- podstawowe widoki danych

#### Moduł 3 – Consent Mode

- wdrożenie Consent Mode v2 za pomocą Cookiefirst

## **Moduł 4 – Google Ads – wprowadzenie**

- co to jest Google Ads i jak działa system aukcyjny
- przykłady kampanii w różnych branżach
- omówienie struktury konta: konto – kampania – grupa reklam – reklamy

## **Dzień 2**

## **Moduł 5 – Rodzaje kampanii w Google Ads**

- kampanie Search, Display, YouTube, Performance Max
- kiedy używać określonego typu kampanii

## **Moduł 6 – Zakładanie i podstawowa konfiguracja konta Google Ads**

- interfejs
- płatności
- ustawienia konta
- weryfikacja konta

## **Moduł 7 – Konwersje w Google Ads**

- czym są konwersje i jak je definiować
- tworzenie konwersji w panelu i import z GA4

## **Moduł 8 – Pierwsza kampania Search – teoria i przygotowanie**

- Podstawy lejka
- Cele kampanii
- Wybór słów kluczowych (keyword planner)
- Pisanie pierwszych reklam

## **Dzień 3**

## **Moduł 9 - Zakładanie kampanii Search**

- Ustawienia kampanii, grupy reklam
- Targetowanie geograficzne, językowe, urządzenia
- Rozszerzenia reklam

## **Moduł 10 - Kampania w sieci Display**

- Tworzenie kampanii w sieci Display
- Remarketing w sieci Display

## **Moduł 11 - Kampania Performance Max**

- Tworzenie kampanii Performance Max
- Kampania lokalna

## **Podsumowanie szkolenia, sesja Q&A**

## **Walidacja efektów uczenia się**

---

- Szkolenie prowadzone jest w grupach od 2 do 6 osób.
- Minimalna ilość uczestników potrzebna do realizacji usługi: 2 osoby
- Uczestnik posiada samodzielne stanowisko pracy.
- Warunkiem koniecznym do osiągnięcia celu szkolenia jest 100% frekwencja oraz zaangażowanie Uczestnika.
- Usługa realizowana jest w 22 godzinach dydaktycznych (godzina dydaktyczna = 45 minut).
- Metoda weryfikacji obecności Uczestnika: lista obecności.
- Zajęcia praktyczne: 6 godzin dydaktycznych / zajęcia teoretyczne: 16 godzin dydaktycznych
- Przerwy nie wliczają się do godzin usługi.
- Metoda weryfikacji obecności Uczestnika: eksport raportu logowań aplikacji Zoom.
- Podany termin szkolenia ma charakter orientacyjny. Po zebraniu minimalnej liczby uczestników (2 osoby) termin zostanie uzgodniony, aby jak najlepiej dopasować się do potrzeb grupy.

# Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 16

| Przedmiot / temat zajęć                                                                                                                         | Prowadzący      | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| <div>1 z 16</div> Dzień 1.<br>Moduł 1. Google Tag Manager – podstawy (teoria)   Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu                          | Bartosz Wasicki | 22-09-2025            | 10:00               | 11:30               | 01:30         |
| <div>2 z 16</div> Dzień 1.<br>Przerwa                                                                                                           | Bartosz Wasicki | 22-09-2025            | 11:30               | 11:45               | 00:15         |
| <div>3 z 16</div> Dzień 1.<br>Moduł 2. Google Analytics 4 – podstawowa konfiguracja i analiza (teoria)   Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu | Bartosz Wasicki | 22-09-2025            | 11:45               | 14:30               | 02:45         |
| <div>4 z 16</div> Dzień 1.<br>Moduł 3. Consent Mode (teoria)   Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu                                           | Bartosz Wasicki | 22-09-2025            | 14:30               | 15:00               | 00:30         |
| <div>5 z 16</div> Dzień 1.<br>Moduł 4. Google Ads – wprowadzenie (teoria)   Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu                              | Bartosz Wasicki | 22-09-2025            | 15:00               | 16:00               | 01:00         |

| Przedmiot / temat zajęć                                                                                                                             | Prowadzący      | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| <div>6 z 16</div> Dzień 2.<br>Moduł 5. Rodzaje kampanii w Google Ads (teoria)  <br>Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu                           | Bartosz Wasicki | 23-09-2025            | 10:00               | 11:00               | 01:00         |
| <div>7 z 16</div> Dzień 2.<br>Moduł 6. Zakładanie i podstawowa konfiguracja konta Google Ads (praktyka)  <br>Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu | Bartosz Wasicki | 23-09-2025            | 11:00               | 12:00               | 01:00         |
| <div>8 z 16</div> Dzień 2.<br>Przerwa                                                                                                               | Bartosz Wasicki | 23-09-2025            | 12:00               | 12:15               | 00:15         |
| <div>9 z 16</div> Dzień 2.<br>Moduł 7. Konwersje w Google Ads (praktyka)  <br>Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu                                | Bartosz Wasicki | 23-09-2025            | 12:15               | 14:00               | 01:45         |
| <div>10 z 16</div> Dzień 2.<br>Moduł 8. Pierwsza kampania Search – teoria i przygotowanie (teoria)  <br>Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu      | Bartosz Wasicki | 23-09-2025            | 14:00               | 16:00               | 02:00         |

| Przedmiot / temat zajęć                                                                                               | Prowadzący      | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| <b>11 z 16</b> Dzień 3.<br>Moduł 9.<br>Zakładanie kampanii Search (praktyka)   Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu | Bartosz Wasicki | 24-09-2025            | 10:00               | 11:45               | 01:45         |
| <b>12 z 16</b> Dzień 3.<br>Przerwa                                                                                    | Bartosz Wasicki | 24-09-2025            | 11:45               | 12:00               | 00:15         |
| <b>13 z 16</b> Dzień 3.<br>Moduł 10.<br>Kampania w sieci Display (teoria)   Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu    | Bartosz Wasicki | 24-09-2025            | 12:00               | 13:00               | 01:00         |
| <b>14 z 16</b> Dzień 3.<br>Moduł 11.<br>Kampania Performance Max (teoria)   Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu    | Bartosz Wasicki | 24-09-2025            | 13:00               | 14:15               | 01:15         |
| <b>15 z 16</b> Dzień 3.<br>Podsumowanie szkolenia, sesja Q&A (teoria)   Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu        | Bartosz Wasicki | 24-09-2025            | 14:15               | 14:30               | 00:15         |
| <b>16 z 16</b> Dzień 3.<br>Walidacja efektów uczenia się   Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu                     | Bartosz Wasicki | 24-09-2025            | 14:30               | 15:15               | 00:45         |

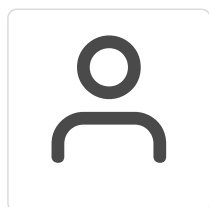
# Cennik

## Cennik

| Rodzaj ceny                               | Cena         |
|-------------------------------------------|--------------|
| Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto | 3 740,00 PLN |
| Koszt przypadający na 1 uczestnika netto  | 3 740,00 PLN |
| Koszt osobogodziny brutto                 | 170,00 PLN   |
| Koszt osobogodziny netto                  | 170,00 PLN   |

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

### Bartosz Wasicki

Specjalista w dziedzinie marketingu internetowego, od ponad 5 lat zajmujący się projektowaniem, prowadzeniem i optymalizacją kampanii reklamowych w systemie Google Ads dla sektora B2C i B2B. Na co dzień pracuje z takimi narzędziami jak Google Analytics, Google Tag Manager, Google Merchant Center oraz Google Ads, wykorzystując je do precyzyjnego mierzenia efektywności działań marketingowych i zwiększania konwersji klientów.

Na przestrzeni ostatnich 5 lat zdobył certyfikaty potwierdzające kompetencje w zakresie reklamy internetowej, m.in. Microsoft Advertising Search Certification, Certyfikat Google Ads z reklamy w sieci wyszukiwania oraz Certyfikat z reklamy produktowej. Doświadczenie zawodowe zdobywał m.in. w agencjach marketingowych, gdzie pełnił funkcje PPC Specialist i Google Ads Product Owner, odpowiadając za tworzenie strategii kampanii, konfigurację narzędzi analitycznych oraz prowadzenie projektów dla klientów.

Jako trener wyróżnia się praktycznym podejściem do przekazywania wiedzy, łącząc umiejętność jasnego tłumaczenia z doświadczeniem zdobytym w pracy nad kampaniami reklamowymi dla różnorodnych branż.

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnik otrzymuje skrypt szkoleniowy przygotowany przez Unico Sp. z o.o.

### Warunki uczestnictwa

Warunkiem realizacji szkolenia jest zebranie minimum 2 osób.

Termin szkolenia: Podany termin szkolenia ma charakter orientacyjny i może ulec zmianie. Po zebraniu minimalnej liczby uczestników termin zostanie uzgodniony, aby jak najlepiej dopasować się do potrzeb grupy.

Jeżeli złożyłeś wniosek u Operatora, skontaktuj się z nami w celu rezerwacji. Bez wstępnej informacji nie dajemy gwarancji miejsca na szkoleniu.

## Informacje dodatkowe

*Usługa szkoleniowa jest zwolniona z podatku VAT, pod warunkiem że dofinansowanie pokrywa co najmniej 70% kosztów szkolenia. W przypadku mniejszego wsparcia finansowego, do ceny netto usługi dodawany jest podatek VAT w wysokości 23%.*

*Przepis na podstawie którego stosowane jest zwolnienie od podatku: Zwolnienie z podatku VAT na podstawie §3 ust.1 pkt 14 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20.12.2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień (Dz.U. z 2015 r., poz.736).*

## Warunki techniczne

### Platforma / rodzaj komunikatora, za pośrednictwem którego prowadzona będzie usługa

- Platforma Zoom (<https://zoom.us/>)

### Minimalne wymagania sprzętowe, jakie musi spełniać komputer uczestnika lub inne urządzenie do zdalnej komunikacji

- Komputer, laptop lub tablet z dostępem do internetu.
- Procesor: Minimalnie jednordzeniowy 1 GHz, zalecany dwurdzeniowy 2 GHz lub lepszy (np. Intel i3/i5/i7 lub AMD ekwiwalent).
- Pamięć RAM: Minimalnie 2 GB, zalecane 4 GB lub więcej.

### Minimalne wymagania dotyczące parametrów łącza sieciowego, jakim musi dysponować uczestnik

- Minimalna prędkość łącza: 600 kb/s dla wideo wysokiej jakości, zalecane minimum 1,2 Mb/s dla wideo 720p i 3,8 Mb/s dla wideo 1080p.

### Niezbędne oprogramowanie umożliwiające uczestnikom dostęp do prezentowanych treści i materiałów

- System operacyjny: Windows 7 lub nowszy, macOS 10.10 lub nowszy, Linux, iOS, Android.
- Zainstalowana aktualna wersja jednej z przeglądarek: Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, Edge lub Opera.
- Nie ma potrzeby instalowania specjalnego oprogramowania, ale dostęp do aplikacji Zoom może poprawić jakość połączenia.

### Okres ważności linku umożliwiającego uczestnictwo w spotkaniu online

- Link jest ważny do momentu zakończenia spotkania lub webinaru.

### Zalecane parametry łącza internetowego

- Łącze internetowe o minimalnej przepustowości 600 kb/s dla wideo wysokiej jakości, zalecane minimum 1,2 Mb/s dla wideo 720p i 3,8 Mb/s dla wideo 1080p. Dla grupowych połączeń wideo zalecane 1,0 Mb/s dla wideo wysokiej jakości i do 3,8 Mb/s dla wideo 1080p. Udostępnianie ekranu bez miniaturki wideo wymaga 50–75 kb/s, z miniaturką 50–150 kb/s. Audio VoIP: 60–80 kb/s, Zoom Phone: 60–100 kb/s.

## Kontakt



**Rafał Lisser**

**E-mail** [kontakt@unico.org.pl](mailto:kontakt@unico.org.pl)

**Telefon** (+48) 724 787 771