



AWDIR KRYSTIAN
BAJOR

★★★★★ 4,9 / 5

2 540 ocen

Zielone umiejętności: Specjalista social media marketingu: Google ADS z elementami zrównoważonego rozwoju oraz wykorzystaniem cyfrowych, ekologicznych rozwiązań i sztucznej inteligencji (AI) - szkolenie kończące się egzaminem

Numer usługi 2025/10/15/52663/3081207

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 20 h

📅 24.01.2026 do 25.01.2026

5 000,00 PLN brutto

5 000,00 PLN netto

250,00 PLN brutto/h

250,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Grupa docelowa usługi	• Osób planujących rozpocząć karierę w danej branży i poszukujących praktycznych umiejętności oraz wiedzy. • Osób młodych, które są na etapie wyboru ścieżki zawodowej i chcą zdobyć kompetencje przydatne na rynku pracy. • Pasjonatów tematyki związanej ze szkoleniem, zainteresowanych poszerzaniem swojej wiedzy i umiejętności. • Osób z doświadczeniem, które chcą odświeżyć lub zaktualizować swoje kompetencje w oparciu o aktualne trendy i dobre praktyki.
Minimalna liczba uczestników	1
Maksymalna liczba uczestników	12
Data zakończenia rekrutacji	09-01-2026
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	20
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 przygotowuje do zdobycia praktycznych umiejętności z zakresu Google Ads, rozwijając jednocześnie zielone kompetencje w marketingu cyfrowym. Uczestnicy nauczą się optymalizacji kampanii reklamowych, koncentrując się na efektywności działań oraz zrównoważonym rozwoju, uwzględniając ekologiczne aspekty w zarządzaniu kampaniami. Celem jest przekazanie umiejętności tworzenia i zarządzania kampaniami reklamowymi w sposób odpowiedzialny, efektywny i zgodny z zasadami zrównoważonego rozwoju.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Wyjaśnia zasady projektowania strategii reklamowych w Google Ads z uwzględnieniem zrównoważonego rozwoju	Formułuje strategię reklamową, uwzględniając cele ekologiczne oraz zasady zrównoważonego rozwoju	Obserwacja w warunkach symulowanych
Dobiera słowa kluczowe z uwzględnieniem aspektów ekologicznych	Tworzy listy słów kluczowych odpowiadające na potrzeby grup proekologicznych	Obserwacja w warunkach symulowanych
Konfiguruje kampanie Google Ads zgodne z zasadami zrównoważonego marketingu	Ustawia cele kampanii, konwersje i typy kampanii wspierające zieloną gospodarkę	Obserwacja w warunkach symulowanych
Tworzy skuteczne reklamy tekstowe, produktowe i displayowe promujące rozwiązania ekologiczne	Przygotowuje reklamy z przekazem ekologicznym: produkty przyjazne środowisku, odnawialne źródła energii	Obserwacja w warunkach symulowanych
Optymalizuje kampanie pod kątem efektywności ekologicznej	Analizuje wyniki i dostosowuje stawki i słowa kluczowe pod kątem wpływu środowiskowego	Test teoretyczny
Mierzy skuteczność kampanii wideo w kontekście promocji działań proekologicznych	Analizuje wskaźniki (CTR, View Rate) i ich wpływ na grupy proekologiczne	Test teoretyczny
Identyfikuje potrzeby klientów i grupy docelowej	Dostosowuje komunikaty reklamowe do zróżnicowanych potrzeb ekologicznych odbiorców	Test teoretyczny
Dostosowuje sposób komunikacji i argumentacji do odbiorcy	Analizuje emocjonalne i biznesowe potrzeby klientów i współpracowników	Test teoretyczny
Przestrzega zasad etycznych w komunikacji marketingowej	Uczestnik identyfikuje i odrzuca nieetyczne komunikaty	Wywiad swobodny
Wykazuje inicjatywę w pracy zespołowej przy opracowywaniu kampanii proekologicznej	Uczestnik proponuje działania zespołowe i podejmuje konstruktywną współpracę z innymi uczestnikami	Wywiad swobodny
Opisuje rolę strategii komunikacji ekologicznej w kampaniach marketingowych	Uczestnik wskazuje elementy strategii komunikacji, które wspierają cele zrównoważonego rozwoju	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Wyjaśnia wpływ reklamy cyfrowej na decyzje konsumenckie w kontekście zrównoważonego rozwoju	Uczestnik przedstawia 2–3 przykłady, jak komunikaty reklamowe wpływają na wybory proekologiczne konsumentów	Wywiad swobodny
Analizuje wpływ decyzji optymalizacyjnych na środowisko	Uzasadnia wybór formatów reklamowych, częstotliwości emisji i narzędzi pod kątem śladu węglowego	Wywiad swobodny
Przygotowuje raport uwzględniający zarówno wyniki marketingowe, jak i ekologiczne	Tworzy raport z KPI ekologicznymi (np. redukcja emisji CO ₂)	Obserwacja w warunkach symulowanych
Identyfikuje ryzyko greenwashingu w raportowaniu wyników	Rozróżnia przykłady rzetelnych i pozornych działań proekologicznych	Test teoretyczny
Wyjaśnia zasady transparentnej komunikacji ekologicznej w kampaniach	Uczestnik wskazuje różnice między rzetelnymi a pozornymi komunikatami	Test teoretyczny

Kwalifikacje

Inne kwalifikacje

Uznane kwalifikacje

Pytanie 4. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kwalifikacji jest rozpoznawalny i uznawalny w danej branży/sektorze (czy certyfikat otrzymał pozytywne rekomendacje od co najmniej 5 pracodawców danej branży/sektorów lub związku branżowego, zrzeszającego pracodawców danej branży/sektorów)?

TAK

Informacje

Podstawa prawna dla Podmiotów / kategorii Podmiotów	uprawnione do realizacji procesów walidacji i certyfikowania na mocy innych przepisów prawa
Nazwa Podmiotu prowadzącego walidację	Fundacja My Personality Skills
Podmiot prowadzący walidację jest zarejestrowany w BUR	Tak
Nazwa Podmiotu certyfikującego	Fundacja My Personality Skills
Podmiot certyfikujący jest zarejestrowany w BUR	Tak

Program

Zielone umiejętności: Specjalista Google Ads z uwzględnieniem proekologicznych praktyk i zrównoważonego rozwoju w marketingu internetowym

Program szkolenia

Dzień 1: Wprowadzenie do Google Ads oraz podstawy proekologicznych kampanii reklamowych

10:00 - 13:00 – Teoretyczne podstawy Google Ads i ekologiczne podejście do marketingu

- Definicja Google Ads, historia i zasady działania
- Różnice między rodzajami kampanii (Search, Display, YouTube, remarketing)
- Wprowadzenie do proekologicznych kampanii reklamowych
- Zasady pracy z uwzględnieniem zrównoważonego rozwoju
- Analiza cyklu życia kampanii (LCA) i wpływu poszczególnych formatów reklam na środowisko
- Omówienie ram kompetencyjnych i standardów: 6R, GreenComp, ESCO, certyfikaty środowiskowe (ISO 14001, GPP, Energy Star, zielone centra danych)
- Przykłady greenwashingu w reklamie i krytyczna refleksja nad jego skutkami

13:00 - 13:30 – Przerwa

13:30 - 16:00 – Tworzenie pierwszych proekologicznych kampanii

- Ustalanie celów ekologicznych kampanii (np. promowanie zrównoważonych produktów)
- Wybór odpowiednich słów kluczowych i targetowania z uwzględnieniem idei proekologicznych
- Optymalizacja stron docelowych pod kątem ekologicznych komunikatów
- Praktyka tworzenia kampanii w Google Ads
- Formułowanie mierzalnych wskaźników ekologicznych (np. % budżetu na certyfikowane produkty, ograniczenie emisji hostingów)
- Optymalizacja stron pod kątem ekoprojektowania: zielony hosting, redukcja zużycia energii, minimalizacja plików multimedialnych
- Ćwiczenie praktyczne: stworzenie kampanii zgodnej z zasadami transparentnej komunikacji, z unikaniem greenwashingu

16:00 - 18:00 – Optymalizacja kampanii i minimalizacja zużycia zasobów

- Jak zmniejszyć zużycie energii przy wyświetlaniu reklam online
- Zoptymalizowanie kosztów kampanii przy jednoczesnym zachowaniu wartości ekologicznych
- Analiza wyników kampanii pod kątem zrównoważonego rozwoju
- Dobór formatów i ograniczanie liczby emisji w celu zmniejszenia śladu węglowego
- Wykorzystanie kalkulatorów śladu węglowego kampanii i porównanie dobrych oraz złych praktyk
- Ćwiczenie refleksyjne: identyfikacja konsekwencji ekologicznych własnych decyzji i propozycje alternatywnych rozwiązań

Dzień 2: Zaawansowane techniki tworzenia proekologicznych kampanii i optymalizacja pod kątem zrównoważonego rozwoju

10:00 - 13:00 – Powtórzenie podstaw oraz optymalizacja zaawansowanych kampanii

- Powtórka podstawowych ustawień kampanii
- Optymalizacja kampanii z wykorzystaniem AI i automatyzacji dla minimalizacji śladu węglowego
- Praktyka: dopasowanie stawek do wartości proekologicznych
- Analiza wpływu decyzji optymalizacyjnych na środowisko (np. dobór formatów, częstotliwość emisji, zużycie energii)
- Wykorzystanie narzędzi opartych na sztucznej inteligencji do prognozowania i redukcji śladu węglowego
- Studium przypadku: porównanie kampanii zoptymalizowanej ekologicznie i tradycyjnej

13:00 - 13:30 – Przerwa

13:30 - 16:00 – Ekologiczne metody monitorowania i raportowania wyników kampanii

- Wykorzystanie Google Analytics do analizy wpływu kampanii na zrównoważony rozwój
- Tworzenie raportów z uwzględnieniem efektywności ekologicznych działań
- Praktyka: zastosowanie narzędzi do monitorowania wyników proekologicznych kampanii
- Wprowadzenie wskaźników KPI dla kampanii ekologicznych (np. zmniejszenie emisji CO₂, udział treści promujących zrównoważone rozwiązania)
- Zastosowanie kalkulatorów śladu węglowego i analizy cyklu życia (LCA) do oceny kampanii
- Ćwiczenie praktyczne: przygotowanie raportu zawierającego zarówno wyniki marketingowe, jak i ekologiczne

16:00 - 17:00 – Zakończenie kampanii i raportowanie wyników

- Jak ocenić efektywność proekologicznych kampanii w Google Ads
- Prezentacja wyników i dostosowanie strategii na przyszłość
- Refleksja krytyczna: jakie decyzje w trakcie kampanii miały największy wpływ na środowisko i jak można je poprawić
- Dyskusja: przeciwdziałanie greenwashingowi w raportowaniu wyników (analiza przykładów)
- Indywidualne podsumowanie: uczestnik przygotowuje krótką analizę swojej kampanii z uwzględnieniem aspektów ekologicznych i biznesowych

17:00 - 18:00 – Egzamin – Walidacja - Test teoretyczny, obserwacja w warunkach symulowanych, wywiad swobodny

Szkolenie kończy się walidacją przeprowadzoną przez osobę wyznaczoną do tego celu. Certyfikat zostanie wydany przez jednostkę uprawnioną do certyfikacji, co potwierdzi zdobycie wymaganych kwalifikacji.

Zielone kompetencje, które nabędzie uczestnik:

- **Ekologiczne podejście do pracy w Google Ads** – Uczestnik nauczy się, jak zmniejszyć wpływ kampanii na środowisko poprzez optymalizację kosztów i zasobów w Google Ads.
- **Zrównoważona selekcja słów kluczowych** – Umiejętność doboru słów kluczowych, które promują produkty i usługi przyjazne środowisku.
- **Minimalizacja zużycia energii w kampaniach** – Nabycie umiejętności ograniczania zużycia energii przy wyświetlaniu reklam, w tym dostosowanie czasów emisji.
- **Świadome targetowanie odbiorców** – Nauczenie się, jak ustawić kampanie tak, aby trafiały do osób zainteresowanych ekologicznymi rozwiązaniami i wartościami zrównoważonego rozwoju.
- **Wykorzystanie narzędzi Google do optymalizacji ekologicznych kampanii** – Poznanie technik monitorowania wyników kampanii i dostosowywania strategii do proekologicznych celów.
- **Zrównoważona analiza wyników kampanii** – Umiejętność analizy wyników i ich wpływu na środowisko, a także oceny efektywności ekologicznych działań w Google Ads.
- **Promowanie ekologicznych wartości w reklamach** – Uczestnik będzie w stanie tworzyć reklamy, które uwzględniają aspekty proekologiczne, promując zrównoważony rozwój i minimalizację śladu węglowego.

Uwagi dotyczące realizacji szkolenia:

1. Usługa szkoleniowa będzie realizowana wg. przelicznika godzin dydaktycznych 1 godzina szkoleniowa = 45 min
 2. Jednostki dydaktyczne: Szkolenie prowadzone jest w oparciu o jednostki dydaktyczne. Z tego powodu może wystąpić różnica między łączną liczbą godzin podaną w polu "Liczba godzin usługi" a czasem wykazanym w szczegółowym harmonogramie.
 3. Przerwy nie są wliczone w czas trwania usługi rozwojowej.
 4. Ze względu na różne tempo pracy uczestników, możliwe są przesunięcia w przedstawionym harmonogramie, aby zapewnić optymalne przyswojenie materiału przez wszystkich uczestników szkolenia.
 5. Uczestnicy będą uczestniczyć w usłudze na własnym sprzęcie komputerowym.
 6. Szkolenie prowadzi do nabycia kwalifikacji w zawodzie: Specjalista ds. marketingu internetowego z elementami zrównoważonego rozwoju.
 7. 70% czasu trwania usługi stanowią zajęcia praktyczne, co pozwala uczestnikom na zdobycie realnych umiejętności i doświadczenia w wykonywaniu zabiegów.
- godzin praktycznych: 14 godziny dydaktyczne,
 - godzin teoretycznych: 6 godziny dydaktyczne.
1. Proces walidacji uczestników jest niezależny od procesu szkoleniowego. Osoba prowadząca szkolenie nie bierze udziału w ocenie swoich kursantów w zakresie, którego nauczała. Kończącą walidację przeprowadza podmiot zewnętrzny.
 2. PRT - obszar technologiczny: technologie informacyjne i telekomunikacyjne - 4.1 , 4.2, 4.6

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 9

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 9 Teoretyczne podstawy Google Ads i ekologiczne podejście do marketingu (Wykład, rozmowa na żywo, chat i współdzielenie ekranu)	Marzena Wosiura	24-01-2026	10:00	13:00	03:00
2 z 9 Przerwa	Marzena Wosiura	24-01-2026	13:00	13:30	00:30
3 z 9 Tworzenie pierwszych proekologicznych kampanii (Wykład, rozmowa na żywo, chat i współdzielenie ekranu)	Marzena Wosiura	24-01-2026	13:30	16:00	02:30
4 z 9 Optymalizacja kampanii i minimalizacja zużycia zasobów (Wykład, rozmowa na żywo, chat i współdzielenie ekranu)	Marzena Wosiura	24-01-2026	16:00	18:00	02:00
5 z 9 Powtórzenie podstaw oraz optymalizacja zaawansowanych kampanii (Wykład, rozmowa na żywo, chat i współdzielenie ekranu)	Marzena Wosiura	25-01-2026	10:00	13:00	03:00
6 z 9 Przerwa	Marzena Wosiura	25-01-2026	13:00	13:30	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
7 z 9 Ekologiczne metody monitorowania i raportowania wyników kampanii (Wykład, rozmowa na żywo, chat i współdzielenie ekranu)	Marzena Wosiura	25-01-2026	13:30	16:00	02:30
8 z 9 Zakończenie kampanii i raportowanie wyników (Wykład, rozmowa na żywo, chat i współdzielenie ekranu)	Marzena Wosiura	25-01-2026	16:00	17:00	01:00
9 z 9 Egzamin – Walidacja - Test teoretyczny, obserwacja w warunkach symulowanych, wywiad swobodny (Test, rozmowa na żywo, chat i współdzielenie ekranu)	-	25-01-2026	17:00	18:00	01:00

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 000,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 000,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	250,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	250,00 PLN

W tym koszt walidacji brutto	125,00 PLN
W tym koszt walidacji netto	125,00 PLN
W tym koszt certyfikowania brutto	250,00 PLN
W tym koszt certyfikowania netto	250,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Marzena Wosiura

Od ponad dekady wspiera firmy w skutecznym wykorzystywaniu potencjału digital marketingu, pomagając im docierać do właściwych odbiorców i zwiększać rentowność działań. Specjalizuje się w projektowaniu i prowadzeniu kampanii marketingowych, łącząc analityczne podejście z kreatywnymi strategiami, które realnie przekładają się na wzrost sprzedaży i rozpoznawalności marki. Jako trenerka i konsultantka marketingu współpracuje z przedsiębiorcami, freelancerami oraz zespołami, pokazując, jak tworzyć efektywne kampanie reklamowe, które maksymalizują zwrot z inwestycji i minimalizują ryzyko marnowania budżetu. Podczas swojej kariery zawodowej uczestniczyła w kilkudziesięciu specjalistycznych szkoleniach z zakresu marketingu, reklamy, strategii sprzedażowych oraz narzędzi digital, stale poszerzając swoją wiedzę i umiejętności. Jej doświadczenie obejmuje współpracę zarówno z dużymi, rozpoznawalnymi markami, jak i z dynamicznie rozwijającymi się mniejszymi firmami, które dzięki spójnym strategiom marketingowym osiągnęły wymierne rezultaty. Jest przekonana, że marketing to nie wydatek, lecz inwestycja w rozwój – a jej celem jest pokazanie, jak przekuć ją w realny zysk. Dodatkowo w 2023r uczestniczyła w szkoleniu „Zielone umiejętności w biznesie”, poświęconym wdrażaniu zrównoważonych i proekologicznych rozwiązań w strategiach marketingowych i operacyjnych. Kluczowe kwalifikacje i doświadczenie prowadzącego zostały zdobyte w ciągu ostatnich 5 lat.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy szkolenia otrzymają komplet profesjonalnych materiałów edukacyjnych, które obejmują zarówno materiały teoretyczne, jak i praktyczne. W skład zestawu wchodzi:

1. **Szczegółowe skrypty szkoleniowe** – zawierające wiedzę teoretyczną dotyczącą marketingu internetowego w social mediach
2. **Certyfikat ukończenia szkolenia** – potwierdzający zdobycie nowych kwalifikacji, który może być cennym dodatkiem do CV.

Dzięki temu uczestnicy będą mieli dostęp do kompleksowej wiedzy oraz narzędzi niezbędnych do samodzielnej pracy po zakończeniu szkolenia.

Warunki uczestnictwa

BRAK

Informacje dodatkowe

W przypadku dofinansowania usługi szkoleniowej na poziomie conajmniej 70% jest zwolniona z podatku VAT.

Podstawa: art. 43 ust.1 pkt 29 lit.c ustawy o VAT oraz §3 ust. 1 pkt 14 rozporządzenie 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, poz. 736)

Warunki techniczne

Miejsce realizacji usługi: on-line.

Wymagania sprzętowe:

- Komputer, bądź laptop z aktualną przeglądarką internetową (polecany chrom) - wymagania sprzętowe: Dual Core 2Ghz lub wyższy, 4gb ram (zalecane)
- Smartfon, bądź tablet z systemem Android/iOS (wymagane pobranie aplikacji ZOOM)
- Słuchawki/Głośniki
- Mikrofon
- Dostęp do internetu o preferowanej szybkości min. 1 MB/s

Dołączenie do szkolenia następuje poprzez kliknięcie w przesłany link (dostępny tylko i wyłącznie na czas trwania szkolenia), czas trwania szkolenia przedstawiony jest w harmonogramie.

Kontakt



Krystian Bajor

E-mail k.bajor@awdir.pl

Telefon (+48) 728 310 309