



Kompleksowe szkolenie marketingowe (Google Ads, SEO, Social media, marketing internetowy)

Numer usługi 2025/11/04/135129/3126399

3 999,00 PLN brutto
3 999,00 PLN netto
56,32 PLN brutto/h
56,32 PLN netto/h

KRAJOWE
CENTRUM
EDUKACYJNE
SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚ
CIĄ

🏠 Usługa szkoleniowa
📺 zdalna
🕒 71:00 h
📅 11.11.2025 do 11.11.2026

Brak ocen dla tego dostawcy

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Kurs skierowany jest do przedsiębiorców, marketerów, specjalistów ds. promocji, właścicieli firm oraz osób planujących rozwój kariery w marketingu cyfrowym. Program dostępny jest zarówno dla klientów indywidualnych, jak i biznesowych (firmy kupujące dostęp dla swoich pracowników). Nie wymaga wcześniejszego przygotowania - materiał prowadzony jest od podstaw, choć osoby z doświadczeniem znajdą tu zaawansowane techniki i najnowsze trendy branżowe.

Szczególnie polecany dla MŚP chcących zwiększyć sprzedaż online oraz zespołów marketingowych wymagających kompleksowych kompetencji cyfrowych.

Minimalna liczba uczestników

1

Maksymalna liczba uczestników

1000

Forma prowadzenia usługi

zdalna

Liczba godzin usługi

71

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

Celem kursu Specjalista Marketingu Cyfrowego jest kompleksowe przygotowanie uczestników do profesjonalnego prowadzenia działań promocyjnych w internecie. Uczestnicy poznają kluczowe narzędzia i strategie marketingu cyfrowego: kampanie reklamowe Google Ads, pozycjonowanie SEO, zarządzanie mediami społecznościowymi oraz content marketing. Po ukończeniu kursu będą w stanie samodzielnie planować, realizować i optymalizować skuteczne działania marketingowe.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Projektuje i wdraża skuteczne kampanie reklamowe w Google Ads	* Rozpoznaje i charakteryzuje typy kampanii reklamowych * Opisuje zakres zastosowania strategii licytacji * Dobiera słowa kluczowe i ustawia targetowanie * Optymalizuje kampanie na podstawie danych	Test teoretyczny
Analizuje i stosuje techniki pozycjonowania stron internetowych (SEO)	* Przeprowadza audyt SEO strony * Optymalizuje treści i strukturę witryny * Buduje profil linkowy * Monitoruje pozycje w wyszukiwarkach	Prezentacja
Wykonuje profesjonalne zarządzanie profilami w mediach społecznościowych	* Tworzy angażujące treści dla różnych platform * Planuje i realizuje kalendarz publikacji * Analizuje metryki zaangażowania * Prowadzi kampanie reklamowe w social media	Test teoretyczny
Opracowuje zintegrowane strategie marketingu internetowego	* Definiuje cele marketingowe i KPI * Analizuje customer journey * Wykorzystuje narzędzia analityczne * Tworzy raporty efektywności	Prezentacja
Ocenia i weryfikuje efektywność działań marketingowych	* Interpretuje dane z Google Analytics * Oblicza ROI kampanii * Optymalizuje budżety reklamowe * Podejmuje decyzje oparte na danych	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

Kurs Specjalista Marketingu Cyfrowego to kompleksowy program e-learningowy w modelu self-paced, który pozwala uczestnikom na zdobycie praktycznych umiejętności w zakresie współczesnego marketingu online we własnym tempie.

Struktura kursu

Kurs składa się z 4 rozbudowanych modułów tematycznych, które obejmują:

- 71 godzin materiałów wideo wysokiej jakości
- Prezentacje i materiały PDF do pobrania (ponad 200 materiałów dodatkowych: checklisty, szablony, infografiki, przewodniki)
- Testy sprawdzające po każdym module
- Zadania praktyczne do wykonania
- Egzaminy cząstkowe i końcowy

Dostęp: Bezterminowy - po zakupie kursu uczestnik ma nieograniczony dostęp do wszystkich materiałów.

PROGRAM SZCZEGÓŁOWY:

MODUŁ I: GOOGLE ADS - ZAAWANSOWANE KAMPANIE REKLAMOWE

Cel modułu: Opanowanie platformy Google Ads od podstaw do zaawansowanych strategii, umiejętność tworzenia skutecznych kampanii reklamowych generujących wysokie ROI.

Kluczowe zagadnienia:

1. Fundamenty Google Ads - mechanika aukcji, interfejs platformy, planowanie pierwszej kampanii
2. Strategia reklamowa i struktura konta - definiowanie celów, analiza konkurencji, budżetowanie
3. Słowa kluczowe i dopasowania - research fraz, typy dopasowań, słowa wykluczające, intencje użytkowników
4. Tworzenie skutecznych reklam - copywriting reklamowy, rozszerzenia, Responsive Search Ads (RSA)
5. Kampanie w sieci wyszukiwania - optymalizacja Quality Score, strategię licytacji
6. Google Display Network - reklamy graficzne, targetowanie, remarketing
7. Kampanie wideo i YouTube Ads - formaty reklam, targetowanie wideo, metryki zaangażowania
8. Performance Max i kampanie automatyczne - wykorzystanie AI w reklamach
9. Kampanie Shopping i produktowe - Google Merchant Center, feed produktowy
10. Optymalizacja stron docelowych - landing pages, zwiększanie konwersji
11. Strategię licytacji i Smart Bidding - CPA, ROAS, Target Impression Share
12. Analityka i raportowanie - kluczowe metryki, Google Analytics, śledzenie konwersji
13. Compliance i polityki Google - zgodność z wymogami, RODO, brand safety
14. Optymalizacja budżetu i ROI - alokacja środków, testowanie A/B
15. Zaawansowane techniki - skrypty Google Ads, automatyzacja, integracje API

Efekty kształcenia: Uczestnik będzie potrafił samodzielnie tworzyć, zarządzać i optymalizować kampanie Google Ads dla różnych branż i celów biznesowych.

MODUŁ II: KOMPLEKSOWE STRATEGIE MARKETINGU INTERNETOWEGO

Cel modułu: Zbudowanie wiedzy o wszystkich kluczowych kanałach marketingu cyfrowego i umiejętność tworzenia zintegrowanych strategii marketingowych.

Kluczowe zagadnienia:

1. Fundamenty marketingu cyfrowego - ekosystem online, kanały marketingowe, trendy rynkowe
2. Tworzenie strategii marketingowej - cele SMART, KPI, analiza SWOT, persony klientów
3. Content marketing - strategie treści, storytelling, różne formaty contentu, kalendarz publikacji
4. Email marketing - budowanie listy, segmentacja, automatyzacja, personalizacja komunikacji
5. Marketing wideo i live streaming - YouTube marketing, webinary, podcasty, produkcja wideo
6. User Experience (UX) - projektowanie zorientowane na użytkownika, optymalizacja konwersji (CRO)
7. Marketing automation - narzędzia automatyzacji, lead nurturing, scoring, workflow
8. Influencer marketing - współpraca z twórcami, kampanie influencerskie, mierzenie efektów
9. Marketing mobilny - aplikacje, push notyfikacje, SMS marketing, mobile-first approach
10. Psychologia marketingu - zachowania konsumentów, triggerzy zakupowe, neuromarketing
11. Data-driven marketing - Google Analytics 4, interpretacja danych, podejmowanie decyzji
12. AI w marketingu - ChatGPT, generowanie treści, predykcje, personalizacja
13. Omnichannel marketing - customer journey, touchpointy, integracja kanałów
14. Growth hacking - techniki wzrostu, eksperymenty, viral marketing
15. Zarządzanie projektami marketingowymi - metodyki agile, budżetowanie, współpraca zespołowa

Efekty kształcenia: Uczestnik opanuje holistyczne podejście do marketingu cyfrowego i będzie potrafił planować oraz realizować kompleksowe kampanie marketingowe.

MODUŁ III: SOCIAL MEDIA MANAGEMENT - ZARZĄDZANIE MEDIAMI SPOŁECZNOŚCIOWYMI

Cel modułu: Profesjonalne zarządzanie obecnością marek w mediach społecznościowych, tworzenie angażujących treści i budowanie społeczności.

Kluczowe zagadnienia:

1. Ekosystem social media - Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, YouTube, X - specyfika platform
2. Strategia social media - cele, KPI, analiza konkurencji, tone of voice, brand guidelines
3. Content creation - tworzenie grafik (Canva), edycja wideo (CapCut), fotografia mobilna
4. Copywriting dla social media - tworzenie angażujących postów, hashtagi, call-to-action
5. Community management - moderacja, obsługa komentarzy, budowanie relacji z followerami
6. Influencer marketing i współprace - identyfikacja influencerów, negocjacje, kampanie
7. Paid social - Facebook Ads Manager, Instagram Ads, LinkedIn Campaign Manager, TikTok Ads
8. Social media analytics - metryki zaangażowania, reach, impressions, analiza konkurencji
9. Zarządzanie kryzysowe - protokoły kryzysowe, real-time response, ochrona reputacji
10. User Generated Content (UGC) - pozyskiwanie, wykorzystanie, aspekty prawne
11. Social commerce - sprzedaż przez social media, Facebook Shops, Instagram Shopping
12. Automatyzacja i narzędzia - Vista Social, Hootsuite, Buffer, planowanie publikacji
13. Live streaming i Stories - Instagram Live, Facebook Live, ephemeral content
14. Employee advocacy - zaangażowanie pracowników, LinkedIn dla B2B
15. Trendy i nowe platformy - BeReal, Discord, Clubhouse, adaptacja do zmian

Efekty kształcenia: Uczestnik będzie potrafił kompleksowo zarządzać profilami społecznościowymi, tworzyć skuteczne kampanie social media i budować zaangażowane społeczności online.

MODUŁ IV: SEO - POZYCJONOWANIE I WIDOCZNOŚĆ W WYSZUKIWARKACH

Cel modułu: Opanowanie technik pozycjonowania stron internetowych, zwiększenie organicznego ruchu z wyszukiwarek i budowanie długoterminowej widoczności online.

Kluczowe zagadnienia:

1. Fundamenty SEO - jak działają wyszukiwarki, algorytmy Google, czynniki rankingowe
2. Techniczne SEO - audyt techniczny, crawl budget, indeksowanie, sitemapy XML, robots.txt
3. Research słów kluczowych - narzędzia (Senuto, Ahrefs), analiza intencji, long tail, konkurencja
4. Optymalizacja on-page - title tags, meta descriptions, nagłówki H1-H6, struktura URL
5. Content SEO - tworzenie treści przyjaznych SEO, E-E-A-T, świeżość treści, content hub
6. Core Web Vitals - LCP, FID, CLS, optymalizacja prędkości, narzędzia PageSpeed Insights

7. Mobile SEO - mobile-first indexing, AMP, responsive design, optymalizacja dla mobile
8. Link building - strategie pozyskiwania linków, outreach, digital PR, analiza profilu linkowego
9. Lokalne SEO - Google My Business, cytowania NAP, recenzje, mapy, lokalne frazy
10. SEO międzynarodowe - hreflang, geotargetowanie, wielojęzyczne strony
11. Schema markup i dane strukturalne - rich snippets, FAQ, breadcrumbs, produkty
12. Narzędzia SEO - Google Search Console, Google Analytics, Screaming Frog, pozycjoners
13. Analiza konkurencji SEO - gap analysis, benchmarking, reverse engineering
14. Trendy SEO - AI w wyszukiwarkach, wyszukiwanie głosowe, visual search, SGE
15. Penalties i recovery - Google updates (Helpful Content, Core Updates), diagnostyka spadków

Efekty kształcenia: Uczestnik będzie potrafił przeprowadzać kompleksowe audyty SEO, wdrażać skuteczne strategie pozycjonowania i osiągać wysokie pozycje w wynikach wyszukiwania.

CZEGO NAUCZYSZ SIĘ NA KURSIE?

Po ukończeniu kursu Specjalista Marketingu Cyfrowego będziesz potrafić:

- **Kampanie reklamowe:** Tworzyć i optymalizować skuteczne kampanie w Google Ads, Facebook Ads i innych systemach reklamowych
- **Pozycjonowanie:** Przeprowadzać audyty SEO i wdrażać strategie zwiększające widoczność w wyszukiwarkach
- **Social Media:** Zarządzać profilami społecznościowymi, tworzyć angażujący content i budować społeczności
- **Analityka:** Wykorzystywać dane do podejmowania trafnych decyzji marketingowych i optymalizacji ROI
- **Strategie:** Planować kompleksowe działania marketingowe łączące różne kanały cyfrowe
- **Narzędzia:** Sprawnie posługiwać się profesjonalnymi narzędziami marketingowymi

FORMA REALIZACJI:

Kurs realizowany jest w formie **e-learningu asynchronicznego** (self-paced):

- Uczestnik ma dostęp do platformy e-learningowej 24/7
- Może realizować kurs we własnym tempie i czasie
- Może wielokrotnie wracać do materiałów
- Wszystkie materiały dostępne od razu po zakupie

Typy materiałów:

- **Wideo:** Wysokiej jakości nagrania z ekspertem (25 godzin materiałów)
- **Materiały PDF:** Ponad 50 materiałów do pobrania (prezentacje, checklisty, szablony, podsumowania)
- **Testy:** Quizy sprawdzające wiedzę po każdym module
- **Zadania praktyczne:** Projekty do samodzielnego wykonania
- **Case studies:** Przykłady rzeczywistych kampanii i strategii

Egzamin końcowy:

- Forma: Test teoretyczny z elementami praktycznymi
- Wymagany próg zaliczenia: 60% poprawnych odpowiedzi
- Liczba prób: Nieograniczona
- Czas na egzamin: Bez ograniczeń czasowych

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	3 999,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	3 999,00 PLN

Koszt osobogodziny brutto

56,32 PLN

Koszt osobogodziny netto

56,32 PLN

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały dostępne w ramach kursu:

Uczestnicy mają dostęp do:

- **Materiałów video:** 25 godzin nagrań z ekspertem w jakości HD
- **Materiałów do pobrania:** ponad 50 plików PDF, w tym:
 - Szablony strategii marketingowych
 - Checklisty do audytu SEO i kampanii
 - Przewodniki po narzędziach
 - Przykłady skutecznych kampanii
 - Infografiki i podsumowania
- **Testy i zadania:** interaktywne sprawdziany wiedzy oraz projekty praktyczne

Dostęp do materiałów: bezterminowy - materiały dostępne 24/7 na platformie e-learningowej.

Warunki uczestnictwa

Wymagania formalne

Warunkiem skorzystania z usługi jest:

- Zakup kursu (płatność jednorazowa lub ratalna)
- Rejestracja konta na platformie e-learningowej KCE
- Bezpośredni zapis na usługę za pośrednictwem Bazy Usług Rozwojowych (jeśli wymagane)

Wymagana aktywność

Model self-paced nie wymaga obecności o określonych godzinach. Uczestnik:

- Może realizować kurs we własnym tempie
- Ma bezterminowy dostęp do materiałów
- Może wielokrotnie wracać do lekcji
- Zdaje egzamin końcowy w dowolnym momencie

Warunki uzyskania certyfikatów

Aby uzyskać Zaświadczenie MEN oraz Certyfikat KCE, uczestnik musi:

1. Przejść wszystkie moduły kursu
2. Zaliczyć testy modułowe (minimum 60%)
3. Wykonać zadania praktyczne
4. Zdać egzamin końcowy z wynikiem minimum 60%
5. Wypełnić formularz zamówienia certyfikatów

Certyfikaty w wersji elektronicznej wysyłane są w ciągu 3 dni roboczych.

Liczba prób egzaminacyjnych: Nieograniczona - uczestnik może podejść do egzaminu wiele

Informacje dodatkowe

Informacje o metodyce

Model uczenia się

Kurs realizowany jest w modelu **e-learningowego uczenia się asynchronicznego (self-paced)**, który umożliwia:

- Naukę we własnym tempie i czasie
- Dostosowanie harmonogramu do indywidualnych potrzeb
- Wielokrotny powrót do materiałów dla utrwalenia wiedzy
- Praktyczne zastosowanie poznanych narzędzi

Zastosowane metody dydaktyczne

Kurs wykorzystuje różnorodne metody nauczania:

- **Materiały video:** wykłady eksperckie, demonstracje, prezentacje przypadków
- **Materiały tekstowe:** prezentacje, infografiki, checklisty, szablony
- **Uczenie przez praktykę:** zadania i projekty do samodzielnego wykonania
- **Sprawdzanie wiedzy:** testy modułowe, quizy, egzamin końcowy
- **Przykłady z praktyki:** case studies, studia przypadków

Aktywizacja uczestnika

Mimo modelu asynchronicznego, kurs aktywnie angażuje uczestników poprzez:

- Interaktywne testy i quizy
- Zadania praktyczne i projekty
- Case studies do analizy
- Możliwość wielokrotnego powrotu do materiałów

Warunki techniczne

MINIMALNE WYMAGANIA TECHNICZNE

Kurs prowadzony jest na platformie e-learningowej Krajowego Centrum Edukacyjnego (własna platforma LMS oparta o Learndash).

Wymagania

- **Urządzenie:** komputer, laptop, tablet lub smartfon z dostępem do internetu
- **Przeglądarka internetowa:** dowolna aktualna przeglądarka (Chrome, Firefox, Safari, Edge)
- **Połączenie internetowe:** stabilne łącze internetowe

Dostęp do platformy

- Link do platformy zostanie przesłany po zakupie
- Logowanie poprzez indywidualne konto użytkownika
- Dostęp 24/7 z dowolnego miejsca

Rejestracja uczestnictwa: system automatycznie rejestruje postępy, zaliczenie testów i ukończenie modułów.

Kontakt



Pamela Sawicka

E-mail kontakt@kursyszkolenia.online

Telefon (+48) 61 6427 010