



Planowanie działań marketingowych z wykorzystaniem Google Analytics 4 - poziom podstawowy - szkolenie

Numer usługi 2025/11/20/161607/3161289

2 214,00 PLN brutto
1 800,00 PLN netto
221,40 PLN brutto/h
180,00 PLN netto/h

Interactive

Advertising Institute

Sp. z o.o.

★★★★★ 4,6 / 5

78 ocen

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 10 h

📅 18.03.2026 do 19.03.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Szkolenie skierowane jest do:

- **Początkujący użytkownicy Google Analytics** (minimalne doświadczenie lub brak doświadczenia w pracy z narzędziem)
- **Specjaliści ds. marketingu**, którzy chcą lepiej zrozumieć efektywność swoich działań w internecie
- **Przedsiębiorcy i managerowie**, którzy zlecają działania marketingowe i promocyjne firmom zewnętrznym
- **Specjaliści i managerowie e-commerce** pracujący na co dzień z danymi on-line i kampaniami reklamowymi w internecie
- **Osoby zaczynające swoją przygodę z digital marketingiem** i działaniami w internecie z niewielkim doświadczeniem w analityce

Usługa jest również adresowana do uczestników projektów:

- Kierunek Kariera Zawodowa,
- Kierunek – Rozwój.
- Małopolski pociąg do kariery

Minimalna liczba uczestników

3

Maksymalna liczba uczestników

15

Data zakończenia rekrutacji

17-03-2026

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

Liczba godzin usługi

10

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje do zapoznania się z najważniejszymi funkcjonalnościami i sposobem działania Google Analytics 4. Do nabycia podstawowych umiejętności pozwalających na ocenę skuteczności kampanii marketingowych, analizę treści i zachowań użytkownika na stronie oraz budowy raportów, odpowiadających na nurtujące pytania biznesowe.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Posługuje się wiedzą dotyczącą stosowania analityki internetowej	charakteryzuje pojęcia związane z analizą analityką internetową	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	potrafi wyjaśnić etapy pracy z danymi: konfiguracja, analiza, raportowanie.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	zna zasady tworzenia measurement planu i dokumentacji analitycznej	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Rozumie ograniczenia związane ze śledzeniem użytkowników (cookies, consent management).	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	potrafi analizować dane e-commerce i zachowania użytkowników na stronie.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Umiejętności: prowadzi działania marketingowe z wykorzystaniem Google Analytics 4	porusza się po interfejsie Google Analytics 4 i korzysta z dostępnych raportów	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	konfiguruje konto i usługę GA4 zgodnie z celami biznesowymi	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	analizuje źródła ruchu, skuteczność kampanii oraz zdarzenia na stronie	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	monitoruje jakość danych i identyfikuje potencjalne błędy w implementacji	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Interpretuje dane produktowe i sprzedażowe w kontekście e-commerce	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	tworzy i personalizuje raporty w „Bibliotece raportów” oraz korzysta z modułu „Eksplorowanie”	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
KOMPETENCJE SPOŁECZNE: Rozwija zdolności analityczne i strategicznego myślenia oraz umiejętności komunikacyjne w kontekście współpracy z zespołem oraz na linii klient - agencja	rozumie znaczenie danych w podejmowaniu decyzji biznesowych i prezentuje analizę najważniejszych wskaźników marketingowych, uzasadniania swoje wnioski	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

Wprowadzenie do analityki internetowej - 2 h (teoria - 30 min, praktyka 1 h 30 min)

- Analityka internetowa i praca z danymi - jak realizować cele i osiągać efekty na podstawie danych?
- Wymiary, metryki, zdarzenia i parametry - najważniejsze pojęcia w pracy z analityką internetową
- Konfiguracja, analiza i raportowanie - etapy pracy z danymi i codzienne zadania analityka marketingowego
- Measurement plan i dokumentacja - dokumenty na wagę złota w każdym projekcie
- Jak monitorować i weryfikować jakość danych, z którymi pracujemy?
- Ograniczenia i wyzwania związane ze śledzeniem ruchu w internecie (pliki cookies, consent management)

Praktyczne aspekty pracy z Google Analytics 4 - 2 h (teoria 20 min, praktyka 1 h 40 min)

- W jaki sposób Google Analytics zbiera i przetwarza dane ze stron internetowych?
- Budowa interfejsu Google Analytics - jak sprawnie poruszać się po raportach dostępnych w narzędziu?
- Najważniejsze wymiary i metryki związane z ruchem i zachowaniem użytkowników na stronie
- Szczegółowa analiza źródeł ruchu i skuteczności kampanii marketingowych
- Porównanie modeli atrybucji dostępnych w Google Analytics i ich wpływu na raportowanie
- Analiza zdarzeń i skuteczności treści na stronie WWW
- Przegląd danych e-commerce i analiza produktowa z wykorzystaniem Google Analytics

Podstawowa konfiguracja konta i usługi Google Analytics 4 - 2 h (teoria - 20 min, praktyka 1 h 40 min)

- Co składa się na konfigurację narzędzia i jak powinna wyglądać poprawna implementacja?

- Jak planować i prowadzić wdrożenie analityki, żeby było zgodne z celami i wymaganiami biznesowymi?
- Zdarzenia i parametry - skąd tak naprawdę biorą się dane w raportach Google Analytics?
- Przegląd najważniejszych ustawień usługi, strumienia danych i integracji z innymi narzędziami

Eksplorowanie danych i personalizacja raportów standardowych - 1 h 50 min (teoria 20 min, praktyka 1 h 30 min)

- Praca z `Biblioteką raportów` - tworzenie kolekcji i spersonalizowanych raportów szczegółowych
- Wprowadzenie do modułu `Eksplorowanie`
- Podstawowe techniki eksploracji danych: eksploracja swobodna, eksploracja ścieżki i eksploracja sekwencji ścieżki

Walidacja - test teoretyczny - 10 min

W trakcie szkolenia uczestnicy poznają przykłady prawidłowych i nieprawidłowych działań w zakresie Google Analytics wraz z omówieniem ich skuteczności i efektywności.

Godzina szkoleniowa = 45 min.

Przerwy nie są zawarte w harmonogramie szkolenia. Trener dostosowuje przerwy do potrzeb uczestników (max. 10 min.) i odpowiednio wydłuża zajęcia.

Warunki niezbędne do spełnienia przez uczestników usługi, aby realizacja usługi pozwoliła na osiągnięcie głównego celu: usługa/szkolenie nie wymaga od uczestników znajomości tematu z obszaru e-marketingu, aktywność na zajęciach, minimalny poziom frekwencji - 100%.

Szkolenie przeznaczone jest dla:

- **Początkujący użytkownicy Google Analytics** (minimalne doświadczenie lub brak doświadczenia w pracy z narzędziem)
- **Specjaliści ds. marketingu**, którzy chcą lepiej zrozumieć efektywność swoich działań w internecie
- **Przedsiębiorcy i managerowie**, którzy zlecają działania marketingowe i promocyjne firmom zewnętrznym
- **Specjaliści i managerowie e-commerce** pracujący na co dzień z danymi on-line i kampaniami reklamowymi w internecie
- **Osoby zaczynające swoją przygodę z digital marketingiem** i działaniami w internecie z niewielkim doświadczeniem w analityce

Ćwiczenia praktyczne z interfejsem narzędzia będą obejmować m.in.:

- praca z raportami standardowymi - wymiary podstawowe i wymiary dodatkowe, filtrowanie danych, praca z zakresem dat i porównywanie danych w czasie
- proces konfiguracji i wdrożenia Google Analytics na stronie internetowej
- analizę treści i zachowań użytkownika na stronie oraz budowy raportów, odpowiadających na nurtujące pytania biznesowe

Walidacja wlicza się w liczbę godzin usługi.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 9

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 9 Moduł I: Wprowadzenie do analityki internetowej - rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu	Mateusz Muryjas	18-03-2026	10:00	10:30	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
2 z 9 Moduł I: ćwiczenia praktyczne - Ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Mateusz Muryjas	18-03-2026	10:30	12:00	01:30
3 z 9 Moduł II: Konfiguracja konta i usługi Google Analytics 4 - rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu	Mateusz Muryjas	18-03-2026	12:00	12:20	00:20
4 z 9 Moduł II: ćwiczenia praktyczne - Ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Mateusz Muryjas	18-03-2026	12:20	14:00	01:40
5 z 9 Moduł III: Praca z interfejsem Google Analytics 4 - rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu	Mateusz Muryjas	19-03-2026	10:00	10:20	00:20
6 z 9 Moduł III: zajęcia praktyczne - Ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Mateusz Muryjas	19-03-2026	10:20	12:00	01:40

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
7 z 9 Moduł IV: Eksploracja danych w Google Analytics 4 - rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu	Mateusz Muryjas	19-03-2026	12:00	12:20	00:20
8 z 9 Moduł IV: zajęcia praktyczne - Ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Mateusz Muryjas	19-03-2026	12:20	13:50	01:30
9 z 9 walidacja	-	19-03-2026	13:50	14:00	00:10

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	2 214,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 800,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	221,40 PLN
Koszt osobogodziny netto	180,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Mateusz Muryjas

Praktyk strategii i narzędzi analitycznych. Szkoleniowiec i prelegent na licznych konferencjach branżowych. Od 2019 roku szkoli w obszarach związanych z analityką - przeprowadził ponad 500 godzin szkoleń z tego zakresu. Specjalizuje się w wizualizacji danych, analityce internetowej i inżynierii danych. Pomaga firmom rozwiązywać problemy z analityką internetową i optymalizacją

konwersji na każdym etapie - od konfiguracji, przez analizę, wnioskowanie po wizualizację i usprawnienie raportowania. Obszary specjalizacji: ♦ wizualizacja danych - Google Data Studio ♦ ilościowa i jakościowa analiza danych - Google Analytics, Hotjar ♦ konfiguracja analityki i zarządzanie kodami śledzenia - Google Tag Manager, JavaScript, API ♦ rozwiązania server-side (Measurement Protocol, Facebook Server-Side API) ♦ analiza i przetwarzanie zbiorów danych (najczęściej Python: pandas, numpy i inne) Doświadczenie zawodowe: luty 2015 - do teraz Digital Analyst & Data Scientist w <http://analityczny.it/> gru 2017 – obecnie CVO, Fundacja Inicjatyw Gospodarczych, Analitycznych i Technologicznych sie 2018 – wrz 2020 Ministerstwo Cyfryzacji, członek grupy roboczej ds. cyfryzacji profesjonalistów Ostatnie 5 lat aktywnie działa w branży marketingowej.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymują:

- materiały autorskie, opracowane przez trenera, udostępniane uczestnikom drogą online, w formacie pdf.
- prezentację materiałów z internetu (serwisy www, infografiki, materiały multimedialne, filmy)
- bazę wiedzy: linki do serwisów i portali
- case study (najciekawsze przykłady z doświadczenia szkoleniowca)
- linki do publikacji branżowych IAB Polska

Uczestnicy otrzymają zaświadczenie o ukończeniu szkolenia, pod warunkiem min. 100% frekwencji.

Zalecana literatura

- Martyna Zastrożna - **Google Analytics w biznesie. Poradnik dla zaawansowanych** (Wydawnictwo Onepress, ISBN: 978-83-283-8374-6 lub 978-83-246-9500-3)
- Martyna Zastrożna - **Google Analytics dla marketingowców. Wydanie III lub II** (Wydawnictwo Onepress, ISBN: 978-83-283-8375-3 lub 978-83-246-8100-6)
- Krzysztof Marzec, Tomasz Trzósło - **AdWords i Analytics. Zostań certyfikowanym specjalistą** (Wydawnictwo Naukowe PWN, ISBN: 978-83-01-18960-0)
- Daniel Waisberg - **Google Analytics. Integracja i analiza danych** (Wydawnictwo Onepress, ISBN: 978-83-283-1896-0)
- Avinash Kaushik - **Web Analytics 2.0: The Art of Online Accountability and Science of Customer Centricity** (wersja angielska)
- Michael Loban, Alex Yastrebenetsky - **Crawl, Walk, Run. Advancing Analytics Maturity with Google Marketing Platform** (wersja angielska)

Warunki uczestnictwa

Udział w szkoleniu nie wymaga wiedzy i wcześniejszego doświadczenia z Google Analytics. Rekomendowanym jest wcześniejsze uzyskanie dostępu do konta firmy (organizacji), w której pracuje uczestnik szkolenia, aby mieć możliwość śledzenia przykładów omawianych w trakcie szkolenia na własnych danych.

Przed zapisaniem się proszę o kontakt szkolenia@dimaq.eu w celu potwierdzenia terminu i dostępności miejsc dla Uczestników.

Warunkiem uczestnictwa jest rejestracja i założenie konta w BUR, dokonanie zapisu na szkolenie za pośrednictwem BUR oraz spełnienie wszystkich warunków określonych przez Operatora.

Informacje dodatkowe

Usługa szkoleniowa (nie dotyczy doradztwa) jest zwolniona z podatku VAT w przypadku, kiedy przedsiębiorstwo zwolnione jest z podatku VAT lub dofinansowanie wynosi co najmniej 70%. W innej sytuacji do ceny netto doliczany jest podatek VAT w wysokości 23%.

Po szkoleniu uczestnicy otrzymają materiały szkoleniowe w formie elektronicznej oraz zaświadczenie o ukończeniu szkolenia. Warunkiem otrzymania zaświadczenia jest min. 100% frekwencja.

Zapraszamy na inne szkolenia z e-marketingu, dostępne na stronie: <https://www.iab.org.pl/szkolenia>. Szkolenie może być również zorganizowane w formie szkolenia zamkniętego - na potrzeby konkretnego przedsiębiorstwa.

Warunki techniczne

Szkolenie będzie dostępne na platformie Zoom lub Teams. Każdy z uczestników dostanie link do szkolenia.

Minimalne wymagania sprzętowe, jakie musi spełniać komputer Uczestnika lub inne urządzenie do zdalnej komunikacji - system operacyjnych Windows, macOS i Linux, zalecany: procesor dwurdzeniowy o taktowaniu co najmniej 2 Ghz (Intel i3/i5/i7 lub ekwiwalent AMD), pamięć RAM - 4 Gb

Minimalne wymagania dotyczące parametrów łącza sieciowego, jakim musi dysponować Uczestnik: dla audio 256 kb/s, Video w wersji HD – 4Mb/s – to są parametry górne graniczne.

System dopasowuje się do łącza i działa na każdych dostępnych parametrach.

Wymagane kamera i mikrofon.

Podstawą do rozliczenia usługi jest wygenerowanie z systemu raportu, umożliwiającego identyfikację wszystkich uczestników oraz zastosowanego narzędzia.

Link umożliwiający uczestnictwo w spotkaniu on-line będzie aktywny przez cały okres trwania kursu.

Kontakt



PATRYCJA DĄBEK

E-mail p.dabek@dimaq.eu

Telefon (+48) 504 451 512