



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

Numer usługi 2025/11/20/161607/3161295

2 214,00 PLN brutto
1 800,00 PLN netto
201,27 PLN brutto/h
163,64 PLN netto/h

Interactive

Advertising Institute

Sp. z o.o.

★★★★★ 4,6 / 5

46 ocen

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

📄 Usługa szkoleniowa

🕒 11 h

📅 24.03.2026 do 25.03.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

- agencje i domy mediowe chcące poszerzyć swoją wiedzę z obszaru analityki internetowej
- specjaliści i freelancerzy z obszaru digital marketingu, którzy chcą lepiej mierzyć efekty prowadzonych działań
- osoby korzystające z Google Analytics 4, które chcą rozszerzyć swoją wiedzę o narzędziu, strategii analitycznej i komplementarnych usługach
- osoby pracujące nad rozwojem produktów cyfrowych (różne stanowiska w SaaS, marketplace, content)
- pracownicy i menedżerowie odpowiadający za marketing, sprzedaż i konwersję w e-commerce z doświadczeniem w pracy z narzędziami analitycznymi i/lub hurtowniami danych (Business Intelligence)

Usługa jest również adresowana do uczestników projektów:

- Kierunek Kariera Zawodowa,
- Kierunek – Rozwój.
- Małopolski pociąg do kariery
- oraz pozostałych projektów i osób indywidualnych

Minimalna liczba uczestników

4

Maksymalna liczba uczestników

15

Data zakończenia rekrutacji

23-03-2026

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

Liczba godzin usługi

11

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje uczestników do prowadzenia zaawansowanych działań z wykorzystaniem analityki internetowej Google Analytics 4. Uczestnicy poznają metody weryfikacji poprawności wdrożenia narzędzi na stronie oraz dowiedzą się, w jaki sposób rozszerzyć zakres zbieranych danych o informacje specyficzne (niestandardowe) dla biznesu. W trakcie praktycznych ćwiczeń każdy uczestnik pozna Google Analytics 4.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
posługuje się wiedzą z zakresu zaawansowanych działań z wykorzystaniem analityki internetowej Google Analytics 4	omawia pojęcia związane z analizą danych dotyczących stron internetowych oraz zakres możliwych do pozyskania informacji z Google Analytics	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	interpretuje pozyskane dane oraz sugeruje działania w celu poprawy efektywności strony i prowadzonych działań promocyjnych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	charakteryzuje pojęcia związane z atrybucją konwersji oraz analizą ścieżek wielokanałowych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Efekty dotyczące umiejętności: Prowadzi działania marketingowe z wykorzystaniem Google Analytics 4	zarządza użytkownikami, uprawnieniami i integracją usługi	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	tworzy i generuje raporty adekwatnie do potrzeb klienta	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	samodzielnie przeprowadza audyt konta i ocenia jakość zbieranych w usłudze danych, a w przypadku stwierdzenia braków - wdraża niezbędne zmiany	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	wykorzystuje komplementarne do Google Analytics narzędzia takie jak Google Analytics API w Google Sheets oraz Google Data Studio do szybszego przetwarzania danych i tworzenia efektywnych dashboardów dla zespołu i kadry menedżerskiej w firmie (organizacji)	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	prezentuje analizę najważniejszych wskaźników marketingowych i 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

Moduł I

Audyt konta i jakości danych w Google Analytics 4 - 2 h (30 min teoria, 1h 30 min praktyka)

- checklista kontrolna konta Google Analytics 4 jak sprawdzić i poprawić kondycję działającej usługi Google Analytics 4
- dobre praktyki związane z pracą w Google Analytics 4: granularność danych, konwencje dotyczące nazewnictwa, organizacja pracy i narzędziownik PRO analityka w codziennej pracy
- wdrożenie CMP (Consent Management Platform) i Consent Mode w Google Analytics 4 w jaki sposób brak zgody użytkownika na śledzenie wpływa na jakość danych i jak działa modelowanie danych w GA4

Moduł II

Zaawansowana konfiguracja Google Analytics 4 via Google Tag Manager 2 h (2 h praktyka)

- śledzenie e commerce z wykorzystaniem dataLayer omówienie wdrożenia śledzenia e commerce w Google Analytics 4 za pomocą Google Tag Managera na przykładzie WooCommerce
- śledzenie B2B z wykorzystaniem dataLayer omówienie wdrożenia popularnych zdarzeń w Google Analytics 4 za pomocą Google Tag Manager na przykładzie storny , której celem jest generowanie leadów Wordpress
- funkcje związane z identyfikacją użytkowników (User ID)
- import danych o kosztach kampanii
- modyfikacja zdarzeń w interfejsie Google Analytics 4

- konfiguracja konta, a współpraca z developerem w jaki sposób komunikować się z działami IT, aby zmaksymalizować ilość dostępnych danych w interfejsie Google Analytics 4

Moduł III

Eksploracja danych z wykorzystaniem Google Analytics 4 - 2 h (30 min teoria, 1h 30 min praktyka)

- zaawansowane przykłady tworzenia eksploracji danych w module eksploracji
- kohorty , lejki funnels) i ścieżki paths) w jaki sposób przygotować dane, aby efektywnie korzystać z nich podczas eksploracji
- samodzielna praca z interfejsem eksploracji w oparciu o przygotowane ćwiczenia i zagadnienia

Moduł IV

Integracje dostępne w Google Analytics 4 - 2 h (30 min teoria, 1 h 30 praktyka)

- omówienie najważniejszych integracji dostępnych dla usług w Google Analytics 4
- wprowadzenie do BigQuery integracja z Google Analytics 4 oraz korzystanie z surowych danych zbieranych przez usługę
- integracja z Looker Studio w jaki sposób tworzyć dashboardy , które pozwalają opowiadać historie stojące za danymi
- Google Analytics 4 API i Measurement Protocol przegląd rozwiązań pozwalających na poprawę jakości zbieranych danych i śledzenie interakcji występujących off line

Walidacja - test 15 min

Uczestnicy poznają przykłady prawidłowych i nieprawidłowych działań w zakresie Google Analytics wraz z omówieniem ich skuteczności i efektywności.

Warunki niezbędne do spełnienia przez uczestników usługi, aby realizacja usługi pozwoliła na osiągnięcie głównego celu: doświadczenie w operacyjnych działaniach z obszaru Google Analytics 4, aktywność na zajęciach, minimalny poziom frekwencji - 100%.

Godzina szkoleniowa = 45 min.

Trener dostosowuje przerwy do potrzeb uczestników (max. 10 min.) i odpowiednio wydłuża zajęcia. Przerwy nie są uwzględnione w harmonogramie. Przerwy nie wliczają się w czas trwania usługi.

Szkolenie skierowane jest do:

- pracowników agencji i domów mediowych chcące poszerzyć swoją wiedzę z obszaru analityki internetowej
- specjaliści i freelancerzy z obszaru digital marketingu, którzy chcą lepiej mierzyć efekty prowadzonych działań
- osoby korzystające z Google Analytics 4, które chcą rozszerzyć swoją wiedzę o narzędziu, strategii analitycznej i komplementarnych usługach
- osoby pracujące nad rozwojem produktów cyfrowych (różne stanowiska w SaaS, marketplace, content)
- pracownicy i menedżerowie odpowiadający za marketing, sprzedaż i konwersję w e-commerce z doświadczeniem w pracy z narzędziami analitycznymi i/lub hurtowniami danych (Business Intelligence)

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

- audyt konta Google Analytics - sprawdzenie jakości danych i poprawności wdrożenia narzędzia
- dual tagging - umiejętność wdrożenia Google Analytics za pomocą Google Tag Managera
- analiza danych z wykorzystaniem interfejsu Google Analytics 4 - samodzielna odpowiedź na pytania zadane w trakcie szkolenia
- praca z Google Analytics API i Measurement Protocol - umiejętność importu danych
- stworzenie dashboardu w Looker Studio - połączenie ze źródłem danych (Google Analytics 4) i wizualizowanie danych zebranych w usłudze

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 9

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 9 Moduł I: Audyt konta i jakości danych w Google Analytics 4 - rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu	Mateusz Muryjas	24-03-2026	10:00	10:30	00:30
2 z 9 Moduł I: ćwiczenia praktyczne - Ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Mateusz Muryjas	24-03-2026	10:30	12:00	01:30
3 z 9 Moduł II: Zaawansowana konfiguracja Google Analytics 4 via Google Tag Manager	Mateusz Muryjas	24-03-2026	12:00	12:30	00:30
4 z 9 Moduł II: ćwiczenia praktyczne - Ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Mateusz Muryjas	24-03-2026	12:30	14:00	01:30
5 z 9 Moduł III: Eksploracja danych z wykorzystaniem Google Analytics 4 - rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu	Mateusz Muryjas	25-03-2026	10:00	10:15	00:15
6 z 9 Moduł III: zajęcia praktyczne - Ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Mateusz Muryjas	25-03-2026	10:15	11:30	01:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
7 z 9 Moduł IV: Integracje dostępne w Google Analytics 4 - Ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Mateusz Muryjas	25-03-2026	11:30	12:00	00:30
8 z 9 Moduł IV: zjęcia praktyczne - Ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Mateusz Muryjas	25-03-2026	12:00	14:00	02:00
9 z 9 Walidacja	-	25-03-2026	14:00	14:15	00:15

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	201,27 PLN
Koszt osobogodziny netto	163,64 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.

Zalecane materiały do lektury:

- Zdarzenia – informacje - Analytics - Pomoc
- Google Analytics events - Tag Manager Help
- Specifications for Facebook Pixel Standard Events
- How to Use JavaScript Triggers to Start Recordings
- Przydatne materiały dodatkowe:
- Przykład: słownik tagów UTM by Analityczny (public) - przykładowy Excel pozwalający na organizację tagów w słownik, dzięki czemu zachowasz spójność w oznaczaniu ruchu przychodzącego
- A: UTM generator by Analityczny - public - przykładowy generator UTM z wykorzystaniem Google
- Sheets i dynamicznie wstawianych parametrów (za pomocą formuły)
- Campaign URL Builder – Google Analytics Demos & Tools - oficjalny URL builder z wykorzystaniem

Warunki uczestnictwa

Aby uczestnik szkolenia mógł osiągnąć zakładane efekty uczenia się, niezbędna jest znajomość Google Analytics 4 na poziomie podstawowym lub średnio-zaawansowanym.

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

Warunkiem uczestnictwa z dofinansowaniem 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



Agnieszka Fabianowicz

E-mail a.fabianowicz@dimaq.eu

Telefon (+48) 515 992 599