



DIGITAL BRAND
MAGDALENA
GŁOMSKA

★★★★★ 4,6 / 5
1 886 ocen

Szkolenie Marketing cyfrowy: Facebook, Instagram/Threads oraz TikTok z elementami AI. Videomarketing - rolki. Canva. System reklamowy Meta Advance. E-COMMERCE + SEO -optymalizacja pod wyszukiwarki. Google Analytics + Google Ads. 8 dni

Numer usługi 2025/12/17/118911/3217364

📍 Gdańsk / mieszana (stacjonarna połączona z usługą zdalną w czasie rzeczywistym)

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 64 h

📅 23.03.2026 do 17.04.2026

9 600,00 PLN brutto
9 600,00 PLN netto
150,00 PLN brutto/h
150,00 PLN netto/h
187,50 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Szkolenie skierowane jest do :

- Jednoosobowych działalności gospodarczych
- Przedsiębiorstw, korporacji i dużych firm - prezesów i właścicieli
- Specjalistów SEO / SEM
- Osób chcących podnieść swoje kompetencje marketingowe
- Osób zarządzających działami - dyrektorów, menedżerów i kierowników
- Zespołów sprzedażowych i marketingowych - projekt managerów
- Wyspecjalizowanych działów w obrębie danej firmy - specjalistów ds. marketingu, PR, e-commerce
- Instytucji i organizacji pozarządowych (NGO), fundacji, non-profit, spółdzielni, podmiotów społecznych itd.

Minimalna liczba uczestników

2

Maksymalna liczba uczestników

8

Data zakończenia rekrutacji

22-03-2026

Forma prowadzenia usługi

mieszana (stacjonarna połączona z usługą zdalną w czasie rzeczywistym)

Liczba godzin usługi

64

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje do samodzielnego budowania wizerunku marki i zwiększania sprzedaży online za pomocą narzędzi takich jak Facebook, Instagram, TikTok, SEO, Google Ads i Google Analytics. Uczy korzystania z płatnych i bezpłatnych form promocji, optymalizacji stron pod wyszukiwarki oraz analizy wyników marketingowych. Usługa przygotowuje do kompleksowego wsparcia dla firm, które chcą efektywnie zarządzać widocznością w sieci i rozwijać działania reklamowe.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Planuje właściwe strategie SEO	Ocena kiedy warto inwestować w SEO, a kiedy nie warto	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Definiuje zasady SEO	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Dobiera odpowiednie słowa kluczowe	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Definiuje narzędzia umożliwiające stworzenie poprawnej struktury strony	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Definiuje jak sprawdzić, czy firma pozycjonująca dobrze wykonuje swoją pracę	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Stosuje SEO do pozyskiwania klientów	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Tworzy strony optymalne dla Google	Definiuje czym jest algorytm Google	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Omawia czym jest zaufanie Google do strony i jaki ma ono wpływ na ruch	Analiza dowodów i deklaracji
	Tworzy Google Search Console na stronie	Analiza dowodów i deklaracji
	Definiuje kroki umożliwiające skuteczną strategię pozyskiwania klientów z Google	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Definiuje zasady indeksowania strony przez Google	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Używa sztucznej inteligencji (AI) w kontekście SEO	Wykorzystuje czat GPT oraz Claude jako narzędzie AI do generowania opisów	Analiza dowodów i deklaracji
	Dobiera słowa kluczowe z wykorzystaniem AI: czat GPT, Claude, Yoast	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	wykorzystuje sztuczną inteligencję przy kreowaniu strategii e-commerce, tworzeniu opisów, optymalizacji i automatyzacji procesów e-commerce.	Analiza dowodów i deklaracji
	Wykorzystuje dostępne mu narzędzia do tworzenia materiałów video	Analiza dowodów i deklaracji
Tworzy krótki i długie filmy bezpośrednio z aplikacji Instagram i TikTok	Edytuje nagrywane materiały.	Analiza dowodów i deklaracji
	Wykorzystuje aplikację CapCut, Mojo, VN do tworzenia rolek	Analiza dowodów i deklaracji
Wykorzystuje najważniejsze narzędzia na Facebooku i Instagramie w celu dostosowania ich do potrzeb i identyfikacji firmy	Wykorzystuje Narzędzia do planowania i Creatora Studio do planowania postów	Analiza dowodów i deklaracji
	Tworzy strategie marketingowe za pomocą Social Media	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Charakteryzuje pojęcia nowoczesnego marketingu cyfrowego	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Definiuje zmiany zachodzące w algorytmie Facebooka i dostosuje swoje działania w sieci	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Wykorzystuje Canwę to tworzenia grafik na potrzeby Social Media	Analiza dowodów i deklaracji
	Tworzy niestandardowe grupy w celach reklamowych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Tworzy grupy docelowej dostosowanej dla swojej branży	Definiuje cele reklamowe w Menedżerze reklam i dostosuje je do strategii marketingowej firmy	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

Usługa mieszana - stacjonarna i zdalna w czasie rzeczywistym (4 dni szkolenia stacjonarnie, 4 dni zdalnie), szkolenie realizowane jest w godzinach dydaktycznych 45 min. Przerwy nie są wliczone w czas trwania usługi.

Metody pracy: wykłady, dyskusje z uczestnikami i case study uczestników, ćwiczenia indywidualne, videorozmowa, współdzielenie ekranu, interaktywny chat za pomocą, którego będą przesyłane linki do podstron i omawianych tematów. Aby realizacja usługi pozwoliła osiągnąć cel główny, warunkiem jest zaangażowanie uczestnika w różnorodne formy pracy podczas szkolenia.

Liczba godzin praktycznych: 48h

Liczba godzin teoretycznych: 16h

I DZIEŃ

Test walidacyjny generowany automatycznie. (pre-test).

I i II Blok – Nasz własny sklep internetowy

- Z czego składa się sklep internetowy: kategoria, produkt, checkout, mail
- Jak zaprojektować i zoptymalizować skuteczną stronę produktową?
- Customer journey map w praktyce-identyfikacja touchpointów i projektowanie ścieżki zakupowej klienta

III i IV Blok – Planowanie kampanii sprzedażowych online

- Generowanie leadów – jak pozyskiwać kontakty handlowe w Internecie?
- Planowanie kampanii reklamowych

II DZIEŃ

I i II Blok – SEO Copywriting: warsztaty oraz link building

- Jak pisać teksty przyjazne wyszukiwarkom?
- Pisanie tekstów z wykorzystaniem słów kluczowych i AI
- Sprawdzanie statusów „AI Generated” vs „Human writing”

III i IV Blok – narzędzia SEO, raporty SEO - teoria

- Profesjonalna analiza stron za pomocą narzędzi jak:
- Ahrefs – z wykorzystaniem AI
- MOZ, Semrush, Senuto

III DZIEŃ

Blok I i II- Google Analytics - wprowadzenie. Instalacja i konfiguracja Google Analytics

- Dlaczego Google Analytics?
- Jakie są alternatywy dla Google Analytics?

Blok III i IV- Google Search Console

- Kluczowe zakresy konfiguracji
- Odfiltrowanie

IV DZIEŃ

Blok I i II Google Ads i Planowanie Kampanii Reklamowych

- Omówienie pojęć i funkcji
- Narzędzia do słów kluczowych i ich rola w kampaniach

Blok III i IV

Tworzenie Efektywnych Reklam

- Strategie tworzenia reklam tekstowych i graficznych.
- Przykłady skutecznego copywritingu w Google Ads.

V DZIEŃ

I Blok - Charakterystyka nowoczesnych narzędzi cyfrowych w budowaniu marketingu mix - teoria

Charakterystyka zasad skutecznej komunikacji z wykorzystaniem mediów społecznościowych -cz. 1 - Facebook

- Analiza konta na Facebooku - Case study - analiza profilu własnego mocne i słabe strony
- Najważniejsze ustawienia i ukryte, a wartościowe funkcje Fanpage'a.
- Przykłady dobrych profili na Facebooku.
- Jak wyznaczać cele marketingowe dla siebie i zespołu.
- Spójność identyfikacji. Najważniejsze ustawienia Fanpage'a.

II Blok - Content marketing i Media Plan przy wsparciu sztucznej inteligencji AI – jak pisać by nas czytali, jak zaangażować odbiorców pod postem, komunikacja z odbiorcami i język korzyści. Teoria + praktyka

- Planowanie postów na Facebooku z wykorzystaniem narzędzi Facebooka.
- **Tworzenie media planu z wykorzystaniem sztucznej inteligencji AI. Narzędzia copywrittera**
- Komunikacja z odbiorcami i język korzyści - metody pisania aranżujących postów dopasowanych do grupy odbiorczej.
- Ustalenie kim jest Twój odbiorca i czego oczekuje.
- Konkursy - jak je legalnie tworzyć, o czy warto pamiętać i jak angażować odbiorców.
- Sytuacja kryzysowa - jak sobie z nią poradzić?

III Blok - Charakterystyka zasad skutecznej komunikacji z wykorzystaniem mediów społecznościowych przy wykorzystaniu programu Canva - omówienie programu - teoria

- Podstawy Canvy - omówienie najważniejszych, wybranych funkcji programu przydatnych do tworzenia grafik na SM.
- Najlepsze formaty grafik na FB, Instagrama, LinkedIn i stronę www.
- Najlepsze formaty na reklamę.

IV Blok - Praca w programie Canva - forma statyczna i dynamiczna- praktyka

- Tworzenie podstaw identyfikacji graficznej - logo, infografika, dobór kolorystyki i fontów - ćwiczenie
- Tworzenie szablonów graficznych na potrzeby SM - ćwiczenie

VI DZIEŃ

I Blok - Narzędzia marketingu internetowego w budowaniu marketingu mix – konfiguracja Business Menedżera - teoria+ praktyka

- Konfiguracja Business Menedżera

II Blok - Business Menedżer – grupy odbiorców (Audience Insights)- teoria+praktyka

- Analiza i tworzenie grup docelowych.
- Grupowanie zainteresowań.
- Jakie grupy dają najlepsze efekty.
- Najczęstsze błędy w tworzeniu grup.

III Blok - Menedżer reklam - Konto reklamowe czyli jak pozyskiwać klientów na FB, cele reklamowe -teoria+ praktyka

- Konfiguracja konta.
- Jak nie zablokować konta reklamowego i czym to grozi – treści zakazane.
- Dlaczego nie przez „Promuj post”?
- Budowa lejka sprzedażowego i planowanie budżetu.
- Jak zamienić zimny ruch na ciepły.
- Jakie koszty reklam osiągać? Podstawy strategii marketingowych.

Najważniejsze cele reklam dedykowanych na Facebooka i Instagram.

- Omówienie celów:
 - Jak pozyskać nowych klientów.
 - Jak zwiększać zaangażowanie na fanpage.
 - Jak zwiększyć liczbę zapytań w Messengerze.
 - Jak kierować fanów na stronę internetową.

IV Blok - Tworzenie reklam - Teksty i formaty reklamowe praktyka

I część - Konfiguracja niestandardowych formatów reklam

- Kolekcja
 - Formularz kontaktowy
 - Post na dzień dobry
 - Posty reklamowe na stronie

II część – Meta Advance - techniki zaawansowane - praktyka ćwiczenia i współdzielenie ekranu

- Remarketing
- Piksel Facebooka
- Zdarzenia niestandardowe
- Analiza wyników kampanii
- Jak podglądać reklamy konkurencji.
- Tworzenie własnych wskaźników bezpośrednio w managerze reklam – między innymi współczynnik konwersji czy urealniony ROAS,
- Optymalizacja reklam na Facebooku i Instagramie
- Wykluczenia – w jaki sposób i dlaczego operować nimi w kampaniach.
- Grupowanie zainteresowań, stawki ręczne i inne nietypowe rozwiązania, sztuczki i luki w systemie, które zwiększają wyniki na FB i IG
- Optymalizacja budżetu
- **Zmiany algorytmów w systemie Meta w 2026**
- **Sztuczna inteligencja w Meta Business – „Advantage+” - kiedy korzystać, a kiedy nie**

VII DZIEŃ

I Blok – Eksperckie Sztuczki Instagrama i Threads - teoria + praktyka

- Przedstawienie Instagrama: Funkcje, różnice, cele.
- Jak platforma ewoluowała od początków do dzisiaj. Z platformy fotograficznej do multimedialnego giganta.
- Najważniejsze kamienie milowe: Stories, Reels, zakupy bezpośrednio z aplikacji.
- Jak zmieniały się trendy użytkowników na przestrzeni lat?
- Analiza profili.
- Jak stworzyć rozpoznawalny brand?
- Omówienie najważniejszych sekcji.
- Jak interpretować proste statystyki?
- Threads: nowości na Instagramie

II Blok – Zwiększanie wizerunku na Instagramie - praktyka

- Hashtagi w nich siła. Jak działają hashtagi w 2026 roku?
- Jak zwiększać organicznie zasięgi.
- Interakcje z followersami na Instagramie.
- Pomysły na media plan.
- Triki na Instagramie w podziale na: relacje, posty i rolki

III Blok – Instagram rolki – tworzymy efektowne nagrania w aplikacji - praktyka

- Trendy muzyczne na Instagramie, pomysły na ciekawą rolę.
- Najważniejsze ustawienia telefonów: Filtry, układ, siatka, nakładki i kategorie.
- Opis na rolkach.

- Identyfikacja graficzna.
- Aplikacje do tworzenia rolek Mojo oraz CapCut

IV Blok – Influencer Marketing na Instagramie- teoria, rozmowa na żywo

- Dlaczego współpraca z influencerami jest skuteczna?
- Dobór odpowiednich influencerów
- Rodzaje współprac
- Kreacja treści
- Tworzenie briefu
- Dopasowywanie tribów
- Jak angażować widownię?

VIII DZIEŃ

I Blok - Dlaczego TikTok?-Profil prywatny, firmowy + system reklamowy – teoria-rozmowa na żywo

- • Dlaczego TikTok?
- Statystyki na TikToku. Nasza grupa docelowa.
- Optymalne nagrywanie na TikToku.
- Co nagrywać na TikToku? Pomysł na content. Case study .
- Język TikToka. Najważniejsze pojęcia.
- Jak działają Algorytmy na TikToku?

Tworzymy profil prywatny i firmowy. Oświetlenie i sprzęt.

- • Profil prywatny, a profil biznesowy.
- Dlaczego warto przełączyć się na profil biznesowy?
- Jak zmiana profilu wpływa na algorytm?
- Sposoby na duże zasięgi. SEO.
- TikTok Tips
- Wykorzystywanie słów kluczowych w opisach i hashtagach.
- Znaczenie napisów w filmach i postach (captions).
- Optymalizacja profilu: jak stworzyć biogram, który pomoże w lepszym pozycjonowaniu?
- Ciekawostki i porady
- TikTok i marketing
- Dont make ads. Make TikToks.

II Blok - TikTok rolki - tworzymy efektowne nagrania w aplikacji – praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia.

- • Trendy muzyczne na TikToku
- Muzyka tworzy emocje i buduje kontekst – wybór odpowiedniego dźwięku wpływa na odbiór treści.
- Korzystanie z funkcji „Popularne dźwięki” w aplikacji.
- Przeglądanie zakładki „Dźwięki” – sekcje „Trendujące” i „Dla Ciebie”.
- Wykorzystanie bibliotek muzycznych zintegrowanych z TikTokiem.
- Najważniejsze ustawienia: Przejścia, tekst, nakładki TikToka.
- Opisy na rolkach.
- Jak ustawić tekst w określonym momencie filmu (timing)?
- Jak połączyć kilka efektów w jednym filmie?
- Efekty dopasowane do aktualnych trendów (np. zmiana głosu, filtry „duet”).

III Blok - CapCut – aplikacja do tworzenia rolek - praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia.

- • CapCut – podstawowe i nieoczywiste funkcje.
- Praca ze zdjęciami – jak przerobić zdjęcie w animację.
- Dynamizm w rolkach.
- Nagrywanie pod bit.
- Wyodrębnianie/dodawanie dźwięku
- Dodawanie Lektora.
- Przykład w pełni zmontowanego materiału- ćwiczenia

IV Blok - Wykorzystanie AI do tworzenia contentu na TikToku - praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia.

- TikTok Creative Center
- Sztuczna inteligencja TikToka, TikTok Symphony Assistant

- Tworzenie złożonych scenariuszy
- Układanie promptów

Test walidacyjny generowany automatycznie. (post-test).

Forma walidacji:

Trener w trakcie szkolenia zbiera dowody, a na koniec szkolenia przekazuje je Walidatorowi. Walidator po zakończonym szkoleniu analizuje dowody w postaci oceny wykonania strony względem założeń. W ramach walidacji przeprowadzany jest także test przed i po szkoleniu z pytaniami zamkniętymi, jednokrotnego wyboru.

Wynik testu generowany jest automatycznie po wypełnieniu testu. Walidator opracowuje protokół wraz z osiągniętym efektem walidacji oraz wskazaniem do dalszego rozwoju.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 50

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
1 z 50 Blok I – Nasz własny sklep internetowy – dobre praktyki na ten rok.- teoria- rozmowa na żywo	Krzysztof Bernardyn	23-03-2026	08:30	10:00	01:30	Nie
2 z 50 Przerwa 30 min	Krzysztof Bernardyn	23-03-2026	10:00	10:30	00:30	Nie
3 z 50 Blok II – Customer journey map w praktyce – identyfikacja touchpointów i projektowanie ścieżki zakupowej klienta- teoria+ praktyka- rozmowa na żywo, współdzieleni e ekranu	Krzysztof Bernardyn	23-03-2026	10:30	12:00	01:30	Nie
4 z 50 Przerwa 15 min	Krzysztof Bernardyn	23-03-2026	12:00	12:15	00:15	Nie

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
5 z 50 Blok III – Planowanie kampanii sprzedażowych online – działania direct response i generowanie leadów w praktyce.- praktyka- ćwiczenia	Krzysztof Bernardyn	23-03-2026	12:15	13:45	01:30	Nie
6 z 50 Blok IV - Przedstawieni e i omówienie najważniejszy ch czynników wpływających na pozycję- teoria+prakty ka-rozmowa na żywo	Krzysztof Bernardyn	23-03-2026	13:45	15:15	01:30	Nie
7 z 50 Blok V – czynniki wpływające na pozycje w Google-teoria - rozmowa na żywo	Krzysztof Bernardyn	24-03-2026	08:30	10:00	01:30	Nie
8 z 50 Przerwa 30 min	Krzysztof Bernardyn	24-03-2026	10:00	10:30	00:30	Nie
9 z 50 Blok VI – SEO Copywriting: warsztaty oraz link building- teoria- rozmowa na żywo	Krzysztof Bernardyn	24-03-2026	10:30	12:00	01:30	Nie
10 z 50 Przerwa 15 min	Krzysztof Bernardyn	24-03-2026	12:00	12:15	00:15	Nie

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
11 z 50 Blok VII – narzędzia SEO, raporty SEO-teoria-rozmowa na żywo	Krzysztof Bernardyn	24-03-2026	12:15	13:45	01:30	Nie
12 z 50 Blok VIII – zaplecza i przyszłość SEO-praktyka-ćwiczenia	Krzysztof Bernardyn	24-03-2026	13:45	15:15	01:30	Nie
13 z 50 Blok I- Google Analytics - wprowadzenie (teoria)-rozmowa na żywo	Krzysztof Bernardyn	30-03-2026	08:30	10:00	01:30	Nie
14 z 50 Przerwa 30 minut	Krzysztof Bernardyn	30-03-2026	10:00	10:30	00:30	Nie
15 z 50 Blok II- Instalacja i konfiguracja Google Analytics (teoria+ praktyka)-rozmowa na żywo	Krzysztof Bernardyn	30-03-2026	10:30	12:00	01:30	Nie
16 z 50 Przerwa 15 min	Krzysztof Bernardyn	30-03-2026	12:00	12:15	00:15	Nie
17 z 50 Blok III- Analityka (praktyka)-ćwiczenia	Krzysztof Bernardyn	30-03-2026	12:15	13:45	01:30	Nie
18 z 50 Blok IV-Google Search Console (praktyka)-ćwiczenia	Krzysztof Bernardyn	30-03-2026	13:45	15:15	01:30	Nie

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
19 z 50 Blok I - Wprowadzenie do Google Ads - teoria, rozmowa na żywo	Dagmara Rżyska	31-03-2026	08:30	10:00	01:30	Nie
20 z 50 Przerwa 30 min	Dagmara Rżyska	31-03-2026	10:00	10:30	00:30	Nie
21 z 50 Blok II - Planowanie Kampanii Reklamowych - praktyka, współdzielenie ekranu	Dagmara Rżyska	31-03-2026	10:30	12:00	01:30	Nie
22 z 50 Przerwa 15 min	Dagmara Rżyska	31-03-2026	12:00	12:15	00:15	Nie
23 z 50 Blok III - Tworzenie Efektywnych Reklam - praktyka, współdzielenie ekranu	Dagmara Rżyska	31-03-2026	12:15	13:45	01:30	Nie
24 z 50 Blok IV - Optymalizacja i Zarządzanie Kampaniami - praktyka, współdzielenie ekranu	Dagmara Rżyska	31-03-2026	13:45	15:00	01:15	Nie
25 z 50 Przeprowadzenie testu wiedzy (pre- test w ramach walidacji)	-	13-04-2026	08:30	10:00	01:30	Nie

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
26 z 50 I Blok - Charakterystyka nowoczesnych narzędzi cyfrowych w budowaniu marketingu mix - teoria- rozmowa na żywo	MAGDALENA GŁOMSKA	13-04-2026	08:45	10:00	01:15	Tak
27 z 50 Przerwa 30 min	MAGDALENA GŁOMSKA	13-04-2026	10:00	10:30	00:30	Tak
28 z 50 Content marketing i Media Plan przy wsparciu sztucznej inteligencji AI – jak pisać by nas czytali, jak zaangażować odbiorców pod postem, komunikacja z odbiorcami i język korzyści.	MAGDALENA GŁOMSKA	13-04-2026	10:30	12:00	01:30	Tak
29 z 50 Przerwa 15 min	MAGDALENA GŁOMSKA	13-04-2026	12:00	12:15	00:15	Tak
30 z 50 III Blok - Canva - omówienie programu - praktyka	MAGDALENA GŁOMSKA	13-04-2026	12:15	13:45	01:30	Tak
31 z 50 IV Blok - Praca w programie Canva - forma statyczna i dynamiczna - praktyka	MAGDALENA GŁOMSKA	13-04-2026	13:45	15:15	01:30	Tak

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
32 z 50 I Blok - Narzędzia marketingu internetowego w budowaniu marketingu mix – konfiguracja Business Menedżera - teoria+ praktyka- rozmowa na żywo, ćwiczenia	MAGDALENA GŁOMSKA	14-04-2026	08:30	10:00	01:30	Tak
33 z 50 Przerwa 30 min	MAGDALENA GŁOMSKA	14-04-2026	10:00	10:30	00:30	Tak
34 z 50 II Blok - Business Menedżer – grupy odbiorców (Audience Insights) - teoria+ praktyka ćwiczenia, rozmowa na żywo	MAGDALENA GŁOMSKA	14-04-2026	10:30	12:00	01:30	Tak
35 z 50 Przerwa 15 min	MAGDALENA GŁOMSKA	14-04-2026	12:00	12:15	00:15	Tak
36 z 50 III Blok - Menedżer reklam - Konto reklamowe czyli jak pozyskiwać klientów na FB, cele reklamowe - teoria+ praktyka ćwiczenia	MAGDALENA GŁOMSKA	14-04-2026	12:15	13:45	01:30	Tak

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
37 z 50 IV Blok - Tworzenie reklam - Teksty i formaty reklamowe - praktyka	MAGDALENA GŁOMSKA	14-04-2026	13:45	15:15	01:30	Tak
38 z 50 Blok I– Eksperckie Sztuczki Instagrama i Threads - teoria + praktyka	MAGDALENA GŁOMSKA	16-04-2026	08:30	10:00	01:30	Tak
39 z 50 Przerwa 30 min	MAGDALENA GŁOMSKA	16-04-2026	10:00	10:30	00:30	Tak
40 z 50 II Blok – Zwiększanie wizerunku na Instagramie - praktyka	MAGDALENA GŁOMSKA	16-04-2026	10:30	12:00	01:30	Tak
41 z 50 Przerwa 15 min	MAGDALENA GŁOMSKA	16-04-2026	12:00	12:15	00:15	Tak
42 z 50 III Blok – Instagram rolki – tworzymy efektowne nagrania w aplikacji - praktyka	MAGDALENA GŁOMSKA	16-04-2026	12:15	13:45	01:30	Tak
43 z 50 IV Blok – Influencer Marketing na Instagramie- teoria, rozmowa na żywo	MAGDALENA GŁOMSKA	16-04-2026	13:45	15:15	01:30	Tak
44 z 50 BLOK1 - Dlaczego TikTok? – teoria- rozmowa na żywo	MAGDALENA GŁOMSKA	17-04-2026	08:30	10:00	01:30	Tak

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
45 z 50 Przerwa 30 min	MAGDALENA GŁOMSKA	17-04-2026	10:00	10:30	00:30	Tak
46 z 50 BLOK 2 – TikTok rolki - tworzymy efektowne nagrania bezpośrednio z aplikacji – praktyka, współdzieleni e ekranu, ćwiczenia.	MAGDALENA GŁOMSKA	17-04-2026	10:30	12:00	01:30	Tak
47 z 50 Przerwa 15 min	MAGDALENA GŁOMSKA	17-04-2026	12:00	12:15	00:15	Tak
48 z 50 BLOK 3 – CapCut – aplikacja do tworzenia rolek - praktyka, współdzieleni e ekranu, ćwiczenia.	Magdalena Szmidt	17-04-2026	12:15	13:45	01:30	Tak
49 z 50 BLOK 4 - CapCut i VN– zaawansowan e funkcje - praktyka, współdzieleni e ekranu, ćwiczenia.	Magdalena Szmidt	17-04-2026	13:45	15:00	01:15	Tak
50 z 50 Przeprowadze nie testu wiedzy (post- test w ramach walidacji)	-	17-04-2026	15:00	15:15	00:15	Nie

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	9 600,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	9 600,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	150,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	150,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 4



1 z 4

Krzysztof Bernardyn

Trener od 2017 roku. Prowadzi indywidualne oraz grupowe kursy i szkolenia z tematyki SEO + nowe technologie, E-commerce, a także Projektowania UI oraz UX wraz z implementacją WordPress / no-code. Przeprowadził ponad 600 godzin szkoleniowych w ostatnich dwóch latach – wśród klientów były zarówno mikro i małe przedsiębiorstwa, jak i liderzy rynku, zatrudniający setki osób.

Najważniejszą wartością szkoleń jest próba indywidualnego / szerokiego spojrzenia i znalezienia najbardziej optymalnego rozwiązania, pomagającego rozwijać konkretne cele biznesowe. Każde szkolenie poprzedzone jest wcześniejszym wywiadem i, w miarę możliwości, szczegółowym audytem oraz analizą konkurencji.

Studiował chemię na Uniwersytecie Gdańskim, którą ukończył w 2007 roku. Od 2007 roku, stale związany z branżą reklamową i kreatywną, gdzie poprzez pracę w agencjach i wydawnictwach zdobywał doświadczenie pracując dla polskich i zagranicznych firm (w tym dla Media Markt Polska). W latach 2015-2023 współwłaściciel agencji reklamowej Snowball Media.



2 z 4

Dagmara Rżyska

Dagmara Rżyska posiada wykształcenie wyższe magisterskie oraz ukończone studia podyplomowe z zakresu Zarządzania i Marketingu Nowych Mediów. Specjalizuje się w kampaniach reklamowych na Facebooku, Instagramie, LinkedIn oraz Google Ads, a także w optymalizacji SEO. Z branżą digital marketingu związana jest od ponad 13 lat, odpowiadając za strategię obecności marek w Internecie, efektywność kampanii online oraz działania SEO. Współpracowała z takimi markami jak Orange, Żabka, Logitech i Lenovo, skutecznie budując ich wizerunek oraz zwiększając zaangażowanie klientów online. Wykłada na Wyższej Szkole Bankowej, prowadząc zajęcia z digital marketingu, a także szkolenia dla MŚP w zakresie skutecznej reklamy online. Dagmara specjalizuje się w marketingu dla branż takich jak e-commerce, nieruchomości, zdrowie i uroda, szkoleniowa, chemiczna oraz lifestyle, dostosowując kampanie do specyficznych potrzeb i celów klientów. Liczba zrealizowanych szkoleń: około 50-60 szkoleń Liczba przeszkolonych osób: 400, Liczba zrealizowanych godzin szkoleniowych: ponad 500



3 z 4

Magdalena Szmidt

Magdalena Anna Szmidt – ekspert online marketingu, specjalizująca się w obszarze automatyzacji marketingu i social media z ponad 13-letnim doświadczeniem w branży. Jako Specjalista ds. Marketing Automation w TVN / Warner Bros / Discovery projektuje efektywne ścieżki anti-churnowe, wykorzystując narzędzia marketing automation, opierając się na analizie danych i testach A/B. Prowadzi własną działalność od 2017 roku. Wspiera małych i średnich przedsiębiorców w budowie wizerunku online. Praktyczne doświadczenie przekłada na prelekcje na konferencjach, np. Social Media Best Practices 2023 zorganizowanej przez Puls Biznesu oraz na blogu: <https://magdalenaszmidt.com/blog>, gdzie dzieli się wiedzą z obszaru mediów społecznościowych, automatyzacji marketingu, marketingu politycznego oraz fotografii. Najnowsza publikacja na łamach branżowego medium to artykuł na temat potencjału Big Data w e-mail marketingu: <https://nowymarketing.pl/a/37254,mailing-is-dead-not-anymore-o-potencjale-big-data-w-e-mail-marketingu>

W ciągu ostatnich 5 lat przeprowadziła ponad 160h szkoleń i przeszkoliła ponad 50 osób z zakresu marketingu internetowego, w tym marketing automation, e-mail marketing.



4 z 4

MAGDALENA GŁOMSKA

Magdalena Głomska posiada wykształcenie wyższe magisterskie. Jest absolwentką Politechniki Gdańskiej. Ukończyła wydział Zarządzania i Marketingu. Korzenie jej doświadczenia wywodzą się z dziedziny sprzedaży, z którą związana jest zawodowo od ponad 17 lat. Marketingiem internetowym zajmuje się od 2010 roku. Przez 15 lat obejmowała stanowiska menadżerskie, a także pracowała jako Dyrektor Marketingu zarządzając działem marketingu i sprzedaży. Wdrażała strategie marketingowe w firmie będącej dystrybutorem międzynarodowych marek. Od 5 lat jest właścicielem firmy i dyrektorem zarządzającym Agencji Marketingowej oraz Centrum Szkoleniowego „Digital Brand”, którą założyła bazując na własnym, praktycznym doświadczeniu marketingowo-sprzedażowym. Współpracuje z klientami różnych branż z całej Polski wspierając ich w potrzebnych dla nich obszarach sprzedażowo-marketingowych. Pisze strategie marketingowe oraz wdraża wraz z zespołem jej narzędzia pomagając w przejściu transformacji cyfrowej. Swoją wiedzę przekazuje jako Trener na szkoleniach o tematyce: Marketing dla branż, Social Media (Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn), Content marketing, Strategie marketingowe oraz sprzedażowe, Zarządzanie przedsiębiorstwem, Wprowadzanie produktów na rynek. Zrealizowała ponad 1500 godzin szkoleniowych w ciągu ostatnich 5 lat i przeszkoliła ponad 800 osób.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

- Uczestnicy otrzymują skrypt z materiałami do samodzielnego utrwalenia materiału, prezentację ze szkolenia, a także certyfikat szkolenia.

Warunki uczestnictwa

Wymogi unijne związane z realizacją szkolenia z dofinansowaniem:

- Logowanie się pełnym imieniem i nazwiskiem
- Włączona kamera oraz dostęp do mikrofonu

Niespełnienie powyższych może skutkować brakiem dofinansowania

- Warunkiem uzyskania zaświadczenia jest uczestnictwo w co najmniej 80%- 100% (w zależności od programu dofinansowania i podpisanej umowy z Operatorem) zajęć usługi rozwojowej
- W ramach realizacji usług szkoleniowych, Organizator utrwała wizerunek Uczestników w formie nagrań wideo, fotografii lub innych materiałów audiowizualnych wyłącznie w celach archiwizacyjnych, kontrolnych oraz dokumentacyjnych związanych z projektem dofinansowanym.
- Uczestnik zapisując się na szkolenie wyraża zgodę na utrwalenie i wykorzystanie jego wizerunku w wyżej wymienionych celach.
- Organizator nie udostępnia nagrań Uczestnikom po szkoleniu.

Regulamin świadczenia usług szkoleniowych znajduje się na stronie:

<https://digitalbrand.com.pl/>

Informacje dodatkowe

Jak przygotować się do szkolenia aby było jeszcze bardziej efektywne?

- Sprawdź czy masz dostęp do swojego konta prywatnego na Facebooku
- Sprawdź czy masz dostęp do swojej strony firmowej na Facebooku, Instagramie i TikToku – jeśli nie – postaraj się uzyskać
- Sprawdź czy masz dostęp do swojej strony internetowej/sklepu internetowego
- Sprawdź czy masz dostęp do konta w Google Analytics i Google Ads (nie jest obligatoryjne)
- Załóż bezpłatny program graficzny Canva. Nie trzeba go instalować, wystarczy logować się w przeglądarce internetowej. Można także skorzystać testowej, bezpłatnej wersji Canva PRO (okres testowy wynosi 30 dni)
- Przygotuj 3-4 zdjęcia firmowe (mogą być także prywatne) oraz 1-2 krótkie filmy do 10 sekund
- Sprawdź czy masz dostęp do konta na Google Analytics – jeśli nie – postaraj się uzyskać

ZABIERZ ZE SOBĄ:

- laptopa + zasilacz
- myszkę

Warunki techniczne

Rekomendowane warunki techniczne:

- Procesor dwurdzeniowy 2GHz lub lepszy (zalecany czterordzeniowy);
- 2GB pamięci RAM (zalecane 4GB lub więcej);
- System operacyjny taki jak Windows 8 (zalecany Windows 11), Mac OS wersja 10.13 (zalecana najnowsza wersja), Linux, Chrome OS.
- Urządzenie pozwalające na swobodny udział w szkoleniu (laptop/tablet/telefon – preferowany laptop/komputer)

Zwolnienie z podatku VAT na podstawie art. 43 ust. 1 pkt 29 lit. c ustawy o podatku od towarów i usług z związku z §3 ust. 1 pkt. 14 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20.12.2013r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz szczegółowych warunków stosowania tych zwolnień (Dz. U. z 2020 r. poz. 1983 z późn. zm.).

Adres

ul. Kaprów 3a/36
80-181 Gdańsk
woj. pomorskie

Sala szkoleniowa mieści się w Gdańsku - Oliwa, na trzecim piętrze w kamienicy biurowej.

W pobliżu znajduje się parking płatny. Łatwy dojazd środkami komunikacji miejskiej: SKM, tramwaj, autobus.

Udogodnienia dla osób z niepełnosprawnościami:

- Winda
- Podjazd
- Szerokie drzwi

- Dostosowana toaleta

Praca odbywa się na komputerach własnych. Uczestnik ma przygotowane własne stanowisko pracy. Dostęp do Internetu zapewnia Usługodawca.

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



MAGDALENA GŁOMSKA

E-mail biuro@digitalbrand.com.pl

Telefon (+48) 505 139 506