



DIGITAL BRAND
MAGDALENA
GŁOMSKA

★★★★★ 4,6 / 5

2 031 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 (BONY ROZWOJOWE)

Numer usługi 2025/12/17/118911/3217478

- Usługa szkoleniowa
- zdalna w czasie rzeczywistym
- 64:00 h
- 18.05.2026 do 09.06.2026

5 760,00 PLN brutto

5 760,00 PLN netto

90,00 PLN brutto/h

90,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Identyfikatory projektów	Kierunek - Rozwój, Małopolski Pociąg do kariery, Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe
Grupa docelowa usługi	<p>Szkolenie skierowane jest do :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jednoosobowych działalności gospodarczych • Przedsiębiorstw, korporacji i dużych firm - prezesów i właścicieli • Specjalistów SEO / SEM • 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 • Osób chcących podnieść swoje kompetencje • Uczestników projektu Kierunek-Rozwój • Uczestników projektu Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe • Uczestników projektu Bony rozwojowe • Usługa również jest adresowana do uczestników Projektu MP oraz dla uczestników projektu NSE • Usługa również adresowana dla Uczestników Projektu "Małopolski pociąg do kariery - sezon 1" i/lub dla Uczestników Projektu "Nowy start w Małopolsce z EURESem".
Minimalna liczba uczestników	3
Maksymalna liczba uczestników	12
Data zakończenia rekrutacji	17-05-2026

Forma prowadzenia usługi	zdalna 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

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
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
	Wykorzystuje indeksowanie strony przez Google	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Używa sztucznej inteligencji (AI) w kontekście SEO Tworzy krótki i długie filmy bezpośrednio z aplikacji Instagram i TikTok	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
	Edytuje nagrywane materiały.	Analiza dowodów i deklaracji
Wykorzystuje aplikację CapCut, Mojo, VN do tworzenia rolek	Analiza dowodów i deklaracji	

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
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
	Wykorzystuje Canwę to tworzenia grafik na potrzeby Social Media	Analiza dowodów i deklaracji
Tworzy grupy docelowej dostosowanej dla swojej branży	Tworzy niestandardowe grupy w celach reklamowych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	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 zdalna w czasie rzeczywistym, szkolenie realizowane jest w godzinach dydaktycznych 45 min. Przerwy nie są wliczone w czas trwania usługi.

Liczba godzin praktycznych: 48h

Liczba godzin teoretycznych: 16h

DZIEŃ I

Test walidacyjny generowany automatycznie. (pre-test)

BLOK I – Nasz własny sklep internetowy – praktyki na 2026 - teoria

- Z czego składa się dobry sklep internetowy: kategoria, produkt, checkout, mail,
- Jak zaprojektować i zoptymalizować skuteczną stronę produktową?
- Audyt stron sprzedażowych.

BLOK II – Customer journey map w praktyce – identyfikacja touchpointów i projektowanie ścieżki zakupowej klienta - teoria

- Strategia STP – segmentacja, targetowanie i pozycjonowanie online w praktyce
- Strategia ustalania cen, modele płatności.
- Modele wysyłki, magazyn, logistyka i śledzenie przesyłek.
- Porzucone koszyki – przyczyny i metody ich ratowania.
- **Automatyzacja procesów pozakupowych z wykorzystaniem sztucznej inteligencji**

BLOK III – Planowanie kampanii sprzedażowych online – działania direct response i generowanie leadów w praktyce.

- Jak skłaniać potencjalnych klientów do pozostawienia danych teleadresowych wraz ze zgodą na kontakt handlowy i marketingowy?

BLOK IV – Przedstawienie i omówienie najważniejszych czynników wpływających na pozycję.

- Najważniejsze czynniki wpływające na pozycje w Google – wstęp
- Optymalna budowa adresów stron oraz linki
- Sekcja head

DZIEŃ II

BLOK I – Czynniki wpływające na pozycje w Google - teoria

- Działanie wyszukiwarki – wpływ sztucznej inteligencji na wyniki: personalizacja i hiper-personalizacja
- Roboty, wyszukiwarki, data center, boty AI

BLOK II – SEO Copywriting: warsztaty oraz link building – teoria + praktyka

- SEO Copywriting – jak pisać teksty przyjazne wyszukiwarkom?
- Pisanie tekstów z wykorzystaniem słów kluczowych
- Wykorzystywanie sztucznej inteligencji do tworzenia tekstów
- Sprawdzanie statusów „Ai generated” vs „Human writing”

BLOK III – Narzędzia SEO - teoria

- Profesjonalna analiza stron za pomocą dostępnych narzędzi
- Analiza konkurencji
- Automatyczne raporty SEO vs Profesjonalne Audyty SEO

BLOK IV – Zaplecza i przyszłość SEO - teoria

- Wszystko o zapleczach SEO
- Znaczenie hostingu w budowie zaplecza SEO
- Jak budować efektywne zaplecza
- Linkowanie mające negatywny wpływ na pozycję
- Najnowsze zmiany w algorytmach Google: sztuczna inteligencja SGE

DZIEŃ III

BLOK I – Google Analytics - teoria

- Czym jest analityka webowa?
- Dlaczego wybrać Google Analytics?
- Jakie są alternatywy dla Google Analytics?
- Opcje Google Analytics

BLOK II – Instalacja i konfiguracja Google Analytics - teoria+ praktyka

- Jak pracować z danymi?
- Zrozumienie podstawowych danych
- Kategorie danych

BLOK III – Analityka - teoria

- Kluczowe zakresy konfiguracji
- Odfiltrowanie niepożądanych danych
- Monitorowanie wewnętrznej wyszukiwarki serwisu
- Opcje zaawansowane konfiguracji

BLOK IV – Google Search Console -- teoria+ praktyka

- Praktyczne wykorzystanie danych analitycznych
- Podstawowe pojęcia analityczne
- Kluczowe zasady pracy z danymi
- Segmentacja danych
- Weryfikacja zmian i trendów

DZIEŃ IV

BLOK I –Google Ads - system reklamowy - teoria

- Typy oraz formaty reklam
- Podstawowa terminologia. Przedstawienie sposobów płatności

BLOK II – Założenie konta Google Ads. Płatności. Budżet kampanii - teoria+ praktyka

- Przegląd najważniejszych narzędzi do sprzedaży online
- Wybór i konfiguracja narzędzi, case studies pokazujące ich zastosowanie.

BLOK III – Prawidłowa struktura kampanii - teoria+ praktyka

- Typy dopasowań słów kluczowych
- Tworzenie atrakcyjnych przekazów reklamowych
- Rozszerzenia reklam
- Podstawowe wskazówki optymalizacyjne

BLOK IV –Skuteczność kampanii i jej ocena – praktyka

- Ocena kampanii

DZIEŃ V

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

- Analiza konta na Facebooku
- Najważniejsze ustawienia i ukryte, a wartościowe funkcje Fanpage'a.

II Blok - Strategia komunikacji - teoria + praktyka

- Planowanie postów na FB i IG
- Narzędzia copywrittera
- Content marketing i Media Plan przy wsparciu sztucznej inteligencji AI – jak pisać by nas czytali
- Ustalenie kim jest Twój odbiorca i czego oczekuje
- Konkursy - jak je legalnie tworzyć, o czy warto pamiętać i jak angażować odbiorców

III Blok - Identyfikacja marki z wykorzystaniem programu Canva - teoria

- Podstawy Canvy - omówienie programu
- Najlepsze formaty grafik na FB, Instagrama
- Najlepsze formaty na reklamę

IV Blok - Canva - forma statyczna i dynamiczna- praktyka

- Tworzenie podstaw identyfikacji graficznej - logo, infografika, dobór kolorystyki i fontów

DZIEŃ VI

I Blok - Konfiguracja Business Menedżera - teoria+ praktyka

II Blok - Grupy odbiorców (Audience Insights)- teoria + praktyka

- Analiza i tworzenie grup docelowych
- Grupowanie zainteresowań
- Jakie grupy dają najlepsze efekty

III Blok - Menedżer reklam - teoria+ praktyka

- Konfiguracja konta.
- Jak nie zablokować konta reklamowego i czym to grozi – treści zakazane
- Dlaczego nie przez „Promuj post”?
- Jakie koszty reklam osiągać?

Najważniejsze cele reklam:

- 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 - teoria+ praktyka

- Remarketing
- Piksel Facebooka
- Zdarzenia niestandardowe
- Analiza wyników kampanii
- Jak podglądać reklamy konkurencji
- Optymalizacja reklam
- Wykluczenia
- **Zmiany algorytmów w systemie Meta w 2026**
- **Sztuczna inteligencja w Meta Business – „Advantage+” - kiedy korzystać, a kiedy nie**

DZIEŃ VII

I Blok – Eksperckie Sztuczki Instagrama - teoria + praktyka

- Przedstawienie Instagrama: Funkcje, różnice, cele
- Najważniejsze kamienie milowe: Stories, Reels, zakupy bezpośrednio z aplikacji
- Analiza profili

II Blok – Zwiększanie wizerunku na Instagramie - praktyka

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

III Blok – Instagram rolki- praktyka

- Trendy muzyczne na Instagramie, pomysły na ciekawą rolkę.
 - Najważniejsze ustawienia telefonów: Filtry, układ, siatka, nakładki i kategorie.
 - Opis na rolkach
- Aplikacje do tworzenia rolek Mojo

IV Blok – Influencer Marketing na Instagramie- teoria

- Dlaczego współpraca z influencerami jest skuteczna?
- Dobór odpowiednich influencerów

DZIEŃ VIII

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

- • Dlaczego TikTok?
- Statystyki na TikToku. Nasza grupa docelowa.
- 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.
- Jak zmiana profilu wpływa na algorytm?
- Sposoby na duże zasięgi. SEO.
- TikTok Tips
- Wykorzystywanie słów kluczowych w opisach i hasztagach.
- Optymalizacja profilu: jak stworzyć biogram, który pomoże w lepszym pozycjonowaniu?
- Dont make ads. Make TikToks.

II Blok - TikTok rolki - tworzymy efektowne nagrania w aplikacji – praktyka

- • 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”
- Najważniejsze ustawienia: Przejścia, tekst, nakładki TikToka

III Blok - CapCut – aplikacja do tworzenia rolek - praktyka

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

IV Blok - Wykorzystanie AI do tworzenia contentu na TikToku - praktyka

- TikTok Creative Center
- 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 pozycji harmonogramu: 50

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 50 Przeprowadzenie testu wiedzy (pre-test w ramach walidacji)	-	18-05-2026	08:30	08:45	00:15
2 z 50 BLOK I – Nasz własny sklep internetowy – praktyki na 2026 - teoria	Krzysztof Bernardyn	18-05-2026	08:45	10:00	01:15
3 z 50 Przerwa 30 min	Krzysztof Bernardyn	18-05-2026	10:00	10:30	00:30
4 z 50 BLOK II – Customer journey map w praktyce – identyfikacja touchpointów i projektowanie ścieżki zakupowej klienta - teoria	Krzysztof Bernardyn	18-05-2026	10:30	12:00	01:30
5 z 50 Przerwa 15 min	Krzysztof Bernardyn	18-05-2026	12:00	12:15	00:15
6 z 50 BLOK III – Planowanie kampanii sprzedażowych online – działania direct response i generowanie leadów w praktyce.	Krzysztof Bernardyn	18-05-2026	12:15	13:45	01:30
7 z 50 BLOK IV – Przedstawienie i omówienie najważniejszych czynników wpływających na pozycję.	Krzysztof Bernardyn	18-05-2026	13:45	15:15	01:30

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
8 z 50 BLOK I – Czynniki wpływające na pozycje w Google - teoria	Krzysztof Bernardyn	19-05-2026	08:30	10:00	01:30
9 z 50 Przerwa 30 min	Krzysztof Bernardyn	19-05-2026	10:00	10:30	00:30
10 z 50 BLOK II – SEO Copywriting: warsztaty oraz link building – teoria + praktyka	Krzysztof Bernardyn	19-05-2026	10:30	12:00	01:30
11 z 50 Przerwa 15 min	Krzysztof Bernardyn	19-05-2026	12:00	12:15	00:15
12 z 50 BLOK III – Narzędzia SEO - teoria	Krzysztof Bernardyn	19-05-2026	12:15	13:45	01:30
13 z 50 BLOK IV – Zaplecza i przyszłość SEO - teoria	Krzysztof Bernardyn	19-05-2026	13:45	15:15	01:30
14 z 50 Blok I- Google Analytics - wprowadzenie (teoria)- rozmowa na żywo	Krzysztof Bernardyn	25-05-2026	08:30	10:00	01:30
15 z 50 Przerwa 30 min	Krzysztof Bernardyn	25-05-2026	10:00	10:30	00:30
16 z 50 BLOK II – Instalacja i konfiguracja Google Analytics - teoria+ praktyka	Krzysztof Bernardyn	25-05-2026	10:30	12:00	01:30
17 z 50 Przerwa 15 min	Krzysztof Bernardyn	25-05-2026	12:00	12:15	00:15
18 z 50 BLOK III – Analityka - teoria	Krzysztof Bernardyn	25-05-2026	12:15	14:00	01:45

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
19 z 50 BLOK IV – Google Search Console -- teoria+ praktyka	Krzysztof Bernardyn	25-05-2026	14:00	15:15	01:15
20 z 50 BLOK I – Google Ads - system reklamowy - teoria	Dagmara Rżyska	26-05-2026	08:30	10:00	01:30
21 z 50 Przerwa 30 min	Dagmara Rżyska	26-05-2026	10:00	10:30	00:30
22 z 50 BLOK II – Założenie konta Google Ads. Płatności. Budżet kampanii - teoria+ praktyka	Dagmara Rżyska	26-05-2026	10:30	12:00	01:30
23 z 50 Przerwa 30 min	Dagmara Rżyska	26-05-2026	12:00	12:30	00:30
24 z 50 BLOK III – Prawidłowa struktura kampanii - teoria+ praktyka	Dagmara Rżyska	26-05-2026	12:30	14:00	01:30
25 z 50 BLOK IV – Skuteczność kampanii i jej ocena – praktyka	Dagmara Rżyska	26-05-2026	14:00	15:15	01:15
26 z 50 I Blok - Charakterystyka nowoczesnych narzędzi cyfrowych w budowaniu marketingu mix - teoria	MAGDALENA GŁOMSKA	01-06-2026	08:30	10:00	01:30
27 z 50 Przerwa 30 min	MAGDALENA GŁOMSKA	01-06-2026	10:00	10:30	00:30
28 z 50 II Blok - Strategia komunikacji - teoria + praktyka	MAGDALENA GŁOMSKA	01-06-2026	10:30	12:00	01:30

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
29 z 50 Przerwa 15 min	MAGDALENA GŁOMSKA	01-06-2026	12:00	12:15	00:15
30 z 50 III Blok - Identyfikacja marki z wykorzystaniem programu Canva - teoria	MAGDALENA GŁOMSKA	01-06-2026	12:15	13:45	01:30
31 z 50 IV Blok - Canva - forma statyczna i dynamiczna- praktyka	MAGDALENA GŁOMSKA	01-06-2026	13:45	15:15	01:30
32 z 50 I Blok - Konfiguracja Business Menedżera - teoria+ praktyka	MAGDALENA GŁOMSKA	02-06-2026	08:30	10:00	01:30
33 z 50 Przerwa 30 min	MAGDALENA GŁOMSKA	02-06-2026	10:00	10:30	00:30
34 z 50 II Blok - Grupy odbiorców (Audience Insights)- teoria + praktyka	MAGDALENA GŁOMSKA	02-06-2026	10:30	12:00	01:30
35 z 50 Przerwa 15 min	MAGDALENA GŁOMSKA	02-06-2026	12:00	12:15	00:15
36 z 50 III Blok - Menedżer reklam - teoria+ praktyka	MAGDALENA GŁOMSKA	02-06-2026	12:15	13:45	01:30
37 z 50 IV Blok - Tworzenie reklam - Teksty i formaty reklamowe - praktyka	MAGDALENA GŁOMSKA	02-06-2026	13:45	15:15	01:30
38 z 50 I Blok – Eksperckie Sztuczki Instagrama - teoria + praktyka	Paulina Salamon- Kinas	08-06-2026	08:30	10:00	01:30

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
39 z 50 Przerwa 30 min	Paulina Salamon-Kinas	08-06-2026	10:00	10:30	00:30
40 z 50 II Blok – Zwiększanie wizerunku na Instagramie - praktyka	Paulina Salamon-Kinas	08-06-2026	10:30	12:00	01:30
41 z 50 Przerwa 15 min	Paulina Salamon-Kinas	08-06-2026	12:00	12:15	00:15
42 z 50 III Blok – Instagram rolki- praktyka	Paulina Salamon-Kinas	08-06-2026	12:15	13:45	01:30
43 z 50 IV Blok – Influencer Marketing na Instagramie- teoria	Paulina Salamon-Kinas	08-06-2026	13:45	15:15	01:30
44 z 50 I Blok - Dlaczego TikTok? -Profil prywatny, firmowy + system reklamowy – teoria	Paulina Salamon-Kinas	09-06-2026	08:30	10:00	01:30
45 z 50 Przerwa 30 min	Paulina Salamon-Kinas	09-06-2026	10:00	10:30	00:30
46 z 50 II Blok - TikTok rolki - tworzymy efektowne nagrania w aplikacji – praktyka	Paulina Salamon-Kinas	09-06-2026	10:30	12:00	01:30
47 z 50 Przerwa 15 min	Paulina Salamon-Kinas	09-06-2026	12:00	12:15	00:15
48 z 50 III Blok - CapCut – aplikacja do tworzenia rolek - praktyka	Paulina Salamon-Kinas	09-06-2026	12:15	13:45	01:30

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
49 z 50 IV Blok - Wykorzystanie AI do tworzenia contentu na TikToku - praktyka	Paulina Salamon-Kinas	09-06-2026	13:45	15:00	01:15
50 z 50 Przeprowadzenie testu wiedzy (post-test w ramach walidacji)	-	09-06-2026	15:00	15:15	00:15

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 760,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 760,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	90,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	90,00 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

MAGDALENA GŁOMSKA

Magdalena Głomska posiada wykształcenie wyższe magisterskie. Jest absolwentką Politechniki Gdańskiej, wydziału Zarządzania i Marketingu. Ma ponad 17 lat doświadczenia w sprzedaży. Marketingiem internetowym zajmuje się od 2010 roku. Przez 15 lat pracowała na stanowiskach managerskich.

Od 4 lat jest właścicielem firmy Agencji Doradztwa Marketingowego „Digital Brand”. Swoją wiedzę przekazuje jako Trener. Zrealizowała ponad 1000 godzin szkoleniowych w ciągu ostatnich 5 lat.



3 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



4 z 4

Paulina Salamon-Kinas

Posiada wykształcenie wyższe. Od ponad sześciu lat działa jako social media manager oraz specjalistka ds. reklamy internetowej, łącząc doświadczenie marketingowe z praktycznymi umiejętnościami tworzenia i montażu materiałów wideo. Specjalizuje się w formatach krótkich, takich jak reels czy filmy reklamowe, doskonale rozumiejąc, jakie treści angażują odbiorców i skutecznie wspierają sprzedaż.

Posiada bogate doświadczenie w pracy edukacyjnej, które dziś wykorzystuje w obszarze nowoczesnego marketingu cyfrowego. Od ponad dwóch lat prowadzi własną agencję kreatywną, pomagając firmom i markom osobistym budować profesjonalny i spójny wizerunek online. Odpowiada także za marketing internetowy na polskim rynku dla jednej z wiodących europejskich marek produkujących zabawki kreatywne i akcesoria szkolne. Jako manager ds. social media od lat zajmuje się kompleksową obsługą firm oraz marek osobistych – od tworzenia strategii, przez realizację kampanii reklamowych, po produkcję skutecznych treści.

Dzięki wieloletniej praktyce i znajomości aktualnych trendów przekazuje wiedzę w sposób przystępny, rzeczowy i oparty na realnych przykładach. W szkoleniach stawia na praktykę, pokazując uczestnikom, jak tworzyć materiały wideo oraz prowadzić działania w social mediach, które rzeczywiście wzmacniają. W ciągu 5 ostatnich lat zrealizowała ponad 3800 godzin szkoleń oraz przeszkoliła ponad 700 osób w zakresie marketingu cyfrowego, w tym video-marketingu, Social Mediów oraz projektowania graficznego.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymują w wersji elektronicznej:

- skrypt z materiałami do samodzielnego utrwalenia materiału
- prezentację ze szkolenia
- certyfikat szkolenia
- zaświadczenie

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

- Zawarto umowę z WUP w Toruniu w ramach projektu Kierunek – Rozwój
- Zawarto umowę z Wojewódzkim Urzędem Pracy w Szczecinie na świadczenie usług rozwojowych z wykorzystaniem elektronicznych bonów szkoleniowych w ramach projektu Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe

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 to obligatoryjne ale skorzystasz więcej ze szkolenia jeśli będziesz mieć dostęp)
- 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

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.
- Szkolenie realizowane jest na platformie ClickMeeting. 3 dni przed szkoleniem Uczestnicy otrzymają link do szkolenia.
- Link jest aktywny od rozpoczęcia szkolenia do daty jego zakończenia

- Ponieważ ClickMeeting jest platformą opartą na przeglądarce, wymagane jest korzystanie z Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, Edge (Chromium), Yandex lub Opera. Należy korzystać z najaktualniejszej oficjalnej wersji wybranej przeglądarki.
- Aby mieć pewność, że możemy wziąć udział w wydarzeniu bez jakichkolwiek problemów, warto przed szkoleniem sprawdzić działanie platformy, dźwięku i kamery za pomocą udostępnionego podczas logowania **Testu konfiguracji systemu** i postępować zgodnie z instrukcją
- **Działająca kamera i mikrofon** w celu POTWIERDZENIA I UDOKUMENTOWANIA SWOJEJ OBECNOŚCI PODCZAS SZKOLENIA (warunek obligatoryjny dla szkoleń z dofinansowaniem)
- Urządzenie pozwalające na swobodny udział w szkoleniu (laptop/tablet/telefon – preferowany laptop/komputer)
- Stabilne połączenie z Internetem
- Rekomendujemy, aby podczas szkolenia móc korzystać z dwóch monitorów – na jednym, żeby była wyświetlana szkolenie i prezentowane funkcjonalności, na drugim będą Państwo mogli pracować niemalże jednocześnie wraz z Trenerem. Drugim monitorem może być drugi komputer, telewizor lub tablet.
- frekwencja potwierdzana jest na podstawie listy logowań generowanej z systemu Clickmeeting

Instrukcja “Jak korzystać z programu Clickmeeting” znajduje się na stronie:

- **w formie filmu instruktażowego:**
- <https://www.youtube.com/watch?v=BCq6KzIVhdo>
- **w formie Instrukcji pdf na stronie**
- <https://digitalbrand.com.pl/>

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.).

Kontakt



MAGDALENA GŁOMSKA

E-mail biuro@digitalbrand.com.pl

Telefon (+48) 505 139 506