



DIGITAL BRAND  
MAGDALENA  
GŁOMSKA

★★★★★ 4,6 / 5

2 027 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 2025/12/23/118911/3227866

- Usługa szkoleniowa
- zdalna w czasie rzeczywistym
- 64:00 h
- 03.08.2026 do 25.08.2026

5 760,00 PLN brutto

5 760,00 PLN netto

90,00 PLN brutto/h

90,00 PLN netto/h

## Informacje podstawowe

|                                      |   |
|--------------------------------------|---|
| <b>Kategoria</b>                     | Biznes / Marketing  |
| <b>Identyfikatory projektów</b>      | Kierunek - Rozwój, Małopolski Pociąg do kariery, Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe  |
| <b>Grupa docelowa usługi</b>         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Jednoosobowych działalności gospodarczych</li> <li>• Przedsiębiorstw, korporacji i dużych firm - prezesów i właścicieli</li> <li>• Specjalistów SEO / SEM</li> <li>• Osób zarządzających działami - dyrektorów, menedżerów i kierowników</li> <li>• Zespołów sprzedażowych i marketingowych - projekt managerów</li> <li>• Wyspecjalizowanych działów w obrębie danej firmy - specjalistów ds. marketingu, PR, e-commerce</li> <li>• Osób chcących podnieść swoje kompetencje</li> <li>• <b>Uczestników projektu Kierunek-Rozwój</b></li> <li>• <b>Uczestników projektu Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe</b></li> <li>• <b>Uczestników projektu Bony rozwojowe</b></li> <li>• <b>Usługa również jest adresowana do uczestników Projektu MP oraz dla uczestników projektu NSE</b></li> <li>• <b>Usługa również adresowana dla Uczestników Projektu "Małopolski pociąg do kariery - sezon 1" i/lub dla Uczestników Projektu "Nowy start w Małopolsce z EURESem".</b></li> </ul> |
| <b>Minimalna liczba uczestników</b>  | 3   |
| <b>Maksymalna liczba uczestników</b> | 12  |
| <b>Data zakończenia rekrutacji</b>   | 31-07-2026  |
| <b>Forma prowadzenia usługi</b>      | zdalna w czasie rzeczywistym  |

# 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 |
|  | Definiuje zasady indeksowania strony przez Google  | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
| Używa sztucznej inteligencji (AI) w kontekście SEO<br><br>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 lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem zawierają opis efektów uczenia się?

TAK

Pytanie 2. Czy dokument lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji i zgodnie z zaplanowanymi metodami walidacji?

TAK

Pytanie 3. Czy dokument lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają 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)

### **I Blok - Charakterystyka nowoczesnych narzędzi cyfrowych w budowaniu marketingu mix - teoria, współdzielenie ekranu**

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

### **II Blok - Strategia komunikacji - teoria + praktyka, współdzielenie ekranu**

- 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, współdzielenie ekranu, ćwiczenia**

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

### **IV Blok - Canva - forma statyczna i dynamiczna- praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia**

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

## DZIEŃ II

### **I Blok - Konfiguracja Business Menedżera - teoria+ praktyka, współdzielenie ekranu**

#### **II Blok - Grupy odbiorców (Audience Insights)**

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

#### **III Blok - Menedżer reklam - teoria+ praktyka, współdzielenie ekranu**

- 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, ćwiczenia, współdzielenie ekranu**

#### **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 III

### I Blok – Eksperckie Sztuczki Instagrama - teoria + praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia

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

### II Blok – Zwiększanie wizerunku na Instagramie - praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia

- 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 - współdzielenie ekranu, ćwiczenia

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

### IV Blok – Influencer Marketing na Instagramie- teoria- współdzielenie ekranu

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

## DZIEŃ IV

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

- 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 hashtagach.
- 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, 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”
- Najważniejsze ustawienia: Przejścia, tekst, nakładki TikToka

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

- 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, współdzielenie ekranu, ćwiczenia**

- TikTok Creative Center
- Tworzenie złożonych scenariuszy
- Układanie promptów

## **DZIEŃ V**

### **BLOK I –Nasz własny sklep internetowy – praktyki na 2026 - teoria, współdzielenie ekranu,**

- 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, współdzielenie ekranu**

- 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 - teoria, współdzielenie ekranu**

- 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 - teoria, współdzielenie ekranu,**

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

## **DZIEŃ VI**

### **BLOK I –Czynniki wpływające na pozycje w Google - teoria, współdzielenie ekranu**

- 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, współdzielenie ekranu, ćwiczenia**

- 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, współdzielenie ekranu**

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

### **BLOK IV – Zaplecza i przyszłość SEO - teoria, współdzielenie ekranu**

- 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 VII

### BLOK I – Google Analytics - teoria, współdzielenie ekranu

- 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, współdzielenie ekranu, ćwiczenia

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

### BLOK III – Analityka - teoria, współdzielenie ekranu

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

### BLOK IV – Google Search Console -- teoria+ praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia

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

## DZIEŃ VIII

### BLOK I –Google Ads - system reklamowy - teoria, współdzielenie ekranu

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

### BLOK II – Założenie konta Google Ads. Płatności. Budżet kampanii - teoria+ praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia

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

### BLOK III – Prawidłowa struktura kampanii - teoria+ praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia

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

### BLOK IV –Skuteczność kampanii i jej ocena – praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia

- Ocena kampanii

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 |
|---|-------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| <b>1 z 50</b><br>Przeprowadzenie testu wiedzy (pre-test w ramach walidacji)   | -                 | 03-08-2026            | 08:30               | 08:45               | 00:15         |
| <b>2 z 50</b> I Blok - Charakterystyka nowoczesnych narzędzi cyfrowych w budowaniu marketingu mix - teoria, współdzielenie ekranu | MAGDALENA GŁOMSKA | 03-08-2026            | 08:45               | 10:00               | 01:15         |
| <b>3 z 50</b> Przerwa 30 min  | MAGDALENA GŁOMSKA | 03-08-2026            | 10:00               | 10:30               | 00:30         |
| <b>4 z 50</b> II Blok - Strategia komunikacji - teoria + praktyka, współdzielenie ekranu  | MAGDALENA GŁOMSKA | 03-08-2026            | 10:30               | 12:00               | 01:30         |
| <b>5 z 50</b> Przerwa 15 min  | MAGDALENA GŁOMSKA | 03-08-2026            | 12:00               | 12:15               | 00:15         |
| <b>6 z 50</b> III Blok - Identyfikacja marki z wykorzystaniem programu Canva - teoria, współdzielenie ekranu, ćwiczenia           | MAGDALENA GŁOMSKA | 03-08-2026            | 12:15               | 13:45               | 01:30         |
| <b>7 z 50</b> IV Blok - Canva - forma statyczna i dynamiczna- praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia                          | MAGDALENA GŁOMSKA | 03-08-2026            | 13:45               | 15:15               | 01:30         |

| Przedmiot / temat   | Prowadzący            | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|---|-----------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| <b>8 z 50</b> I Blok - Konfiguracja Business Menedżera - teoria+ praktyka, współdzielenie ekranu                    | MAGDALENA GŁOMSKA     | 04-08-2026            | 08:30               | 10:00               | 01:30         |
| <b>9 z 50</b> Przerwa 30 min  | MAGDALENA GŁOMSKA     | 04-08-2026            | 10:00               | 10:30               | 00:30         |
| <b>10 z 50</b> II Blok - Grupy odbiorców (Audience Insights)  | MAGDALENA GŁOMSKA     | 04-08-2026            | 10:30               | 12:00               | 01:30         |
| <b>11 z 50</b> Przerwa 15 min   | MAGDALENA GŁOMSKA     | 04-08-2026            | 12:00               | 12:15               | 00:15         |
| <b>12 z 50</b> III Blok - Menedżer reklam - teoria+ praktyka, współdzielenie ekranu                                 | MAGDALENA GŁOMSKA     | 04-08-2026            | 12:15               | 13:45               | 01:30         |
| <b>13 z 50</b> IV Blok - Tworzenie reklam - Teksty i formaty reklamowe - praktyka, ćwiczenia, współdzielenie ekranu | MAGDALENA GŁOMSKA     | 04-08-2026            | 13:45               | 15:15               | 01:30         |
| <b>14 z 50</b> I Blok – Eksperckie Sztuczki Instagrama - teoria + praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia        | Paulina Salamon-Kinas | 10-08-2026            | 08:30               | 10:00               | 01:30         |
| <b>15 z 50</b> Przerwa 30 min   | Paulina Salamon-Kinas | 10-08-2026            | 10:00               | 10:30               | 00:30         |

| Przedmiot / temat   | Prowadzący            | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|---|-----------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| <b>16 z 50</b> II Blok –<br>Zwiększanie wizerunku na Instagramie - praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia                   | Paulina Salamon-Kinas | 10-08-2026            | 10:30               | 12:00               | 01:30         |
| <b>17 z 50</b> Przerwa 15 min   | Paulina Salamon-Kinas | 10-08-2026            | 12:00               | 12:15               | 00:15         |
| <b>18 z 50</b> III Blok –<br>Instagram rolki- praktyka - współdzielenie ekranu, ćwiczenia                                       | Paulina Salamon-Kinas | 10-08-2026            | 12:15               | 13:45               | 01:30         |
| <b>19 z 50</b> IV Blok –<br>Influencer Marketing na Instagramie- teoria- współdzielenie ekranu                                  | Paulina Salamon-Kinas | 10-08-2026            | 13:45               | 15:15               | 01:30         |
| <b>20 z 50</b> I Blok -<br>Dlaczego TikTok?<br>-Profil prywatny, firmowy + system reklamowy – teoria, współdzielenie ekranu     | Paulina Salamon-Kinas | 11-08-2026            | 08:30               | 10:00               | 01:30         |
| <b>21 z 50</b> Przerwa 30 min   | Paulina Salamon-Kinas | 11-08-2026            | 10:00               | 10:30               | 00:30         |
| <b>22 z 50</b> II Blok -<br>TikTok rolki - tworzymy efektowne nagrania w aplikacji – praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia | Paulina Salamon-Kinas | 11-08-2026            | 10:30               | 12:00               | 01:30         |
| <b>23 z 50</b> Przerwa 15 min   | Paulina Salamon-Kinas | 11-08-2026            | 12:00               | 12:15               | 00:15         |

| Przedmiot / temat  | Prowadzący            | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|--|-----------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| 24 z 50 III Blok - CapCut – aplikacja do tworzenia rolek - praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia  | Paulina Salamon-Kinas | 11-08-2026            | 12:15               | 13:45               | 01:30         |
| 25 z 50 IV Blok - Wykorzystanie AI do tworzenia contentu na TikToku - praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia   | Paulina Salamon-Kinas | 11-08-2026            | 13:45               | 15:15               | 01:30         |
| 26 z 50 BLOK I – Nasz własny sklep internetowy – praktyki na 2026 - teoria, współdzielenie ekranu,   | Krzysztof Bernardyn   | 17-08-2026            | 08:30               | 10:00               | 01:30         |
| 27 z 50 Przerwa 30 min   | Krzysztof Bernardyn   | 17-08-2026            | 10:00               | 10:30               | 00:30         |
| 28 z 50 BLOK II – Customer journey map w praktyce – identyfikacja touchpointów i projektowanie ścieżki zakupowej klienta - teoria, współdzielenie ekranu | Krzysztof Bernardyn   | 17-08-2026            | 10:30               | 12:00               | 01:30         |
| 29 z 50 Przerwa 15 min   | Krzysztof Bernardyn   | 17-08-2026            | 12:00               | 12:15               | 00:15         |

| Przedmiot / temat  | Prowadzący          | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|--|---------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| <b>30 z 50</b> BLOK III – Planowanie kampanii sprzedażowych online – działania direct response i generowanie leadów w praktyce - teoria, współdzielenie ekranu | Krzysztof Bernardyn | 17-08-2026            | 12:15               | 13:45               | 01:30         |
| <b>31 z 50</b> BLOK IV – Przedstawienie i omówienie najważniejszych czynników wpływających na pozycję - teoria, współdzielenie ekranu,                         | Krzysztof Bernardyn | 17-08-2026            | 13:45               | 15:15               | 01:30         |
| <b>32 z 50</b> BLOK I – Czynniki wpływające na pozycje w Google - teoria, współdzielenie ekranu  | Krzysztof Bernardyn | 18-08-2026            | 08:30               | 10:00               | 01:30         |
| <b>33 z 50</b> Przerwa 30 min  | Krzysztof Bernardyn | 18-08-2026            | 10:00               | 10:30               | 00:30         |
| <b>34 z 50</b> BLOK II – SEO Copywriting: warsztaty oraz link building – teoria + praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia                                   | Krzysztof Bernardyn | 18-08-2026            | 10:30               | 12:00               | 01:30         |
| <b>35 z 50</b> Przerwa 15 min  | Krzysztof Bernardyn | 18-08-2026            | 12:00               | 12:15               | 00:15         |
| <b>36 z 50</b> BLOK III – Narzędzia SEO - teoria, współdzielenie ekranu  | Krzysztof Bernardyn | 18-08-2026            | 12:15               | 13:45               | 01:30         |

| Przedmiot / temat  | Prowadzący          | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|--|---------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| <b>37 z 50</b> BLOK IV – Zaplecza i przyszłość SEO - teoria, współdzielenie ekranu                                       | Krzysztof Bernardyn | 18-08-2026            | 13:45               | 15:15               | 01:30         |
| <b>38 z 50</b> BLOK I – Google Analytics - teoria, współdzielenie ekranu   | Krzysztof Bernardyn | 24-08-2026            | 08:30               | 10:00               | 01:30         |
| <b>39 z 50</b> Przerwa 30 minut  | Krzysztof Bernardyn | 24-08-2026            | 10:00               | 10:30               | 00:30         |
| <b>40 z 50</b> BLOK II – Instalacja i konfiguracja Google Analytics - teoria+ praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia | Krzysztof Bernardyn | 24-08-2026            | 10:30               | 12:00               | 01:30         |
| <b>41 z 50</b> Przerwa 15 min  | Krzysztof Bernardyn | 24-08-2026            | 12:00               | 12:15               | 00:15         |
| <b>42 z 50</b> BLOK III – Analityka - teoria, współdzielenie ekranu  | Krzysztof Bernardyn | 24-08-2026            | 12:15               | 13:45               | 01:30         |
| <b>43 z 50</b> BLOK IV – Google Search Console -- teoria+ praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia                     | Krzysztof Bernardyn | 24-08-2026            | 13:45               | 15:15               | 01:30         |
| <b>44 z 50</b> BLOK I – Google Ads - system reklamowy - teoria, współdzielenie ekranu                                    | Dagmara Rżyska      | 25-08-2026            | 08:30               | 10:00               | 01:30         |
| <b>45 z 50</b> Przerwa 30 min  | Dagmara Rżyska      | 25-08-2026            | 10:00               | 10:30               | 00:30         |

| Przedmiot / temat   | Prowadzący     | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|---|----------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| <b>46 z 50</b> BLOK II –<br>Założenie konta Google Ads. Płatności. Budżet kampanii - teoria+ praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia | Dagmara Rżyska | 25-08-2026            | 10:30               | 12:00               | 01:30         |
| <b>47 z 50</b> Przerwa 15 min   | Dagmara Rżyska | 25-08-2026            | 12:00               | 12:15               | 00:15         |
| <b>48 z 50</b> BLOK III –<br>Prawidłowa struktura kampanii - teoria+ praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia                         | Dagmara Rżyska | 25-08-2026            | 12:15               | 13:45               | 01:30         |
| <b>49 z 50</b> BLOK IV –<br>Skuteczność kampanii i jej ocena – praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia                               | Dagmara Rżyska | 25-08-2026            | 13:45               | 15:00               | 01:15         |
| <b>50 z 50</b><br>Przeprowadzenie testu wiedzy (post-test w ramach walidacji) + analiza dowodów   | -              | 25-08-2026            | 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

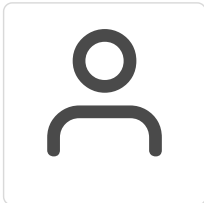
90,00 PLN

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 utrzuwa 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 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 (mogą być także prywatne) oraz 1-2 krótkie filmy do 10 sekund

## Zawarto umowę z WUP w Toruniu w ramach projektu Kierunek – Rozwój.

## Zawarto umowę z Wojewódzkim Urzędem Pracy w Szczecinie na świadczenie usług rozwojowych z projektu Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe

# 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.

### 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/>

## Kontakt



**MAGDALENA GŁOMSKA**

**E-mail** [biuro@digitalbrand.com.pl](mailto:biuro@digitalbrand.com.pl)

**Telefon** (+48) 505 139 506