



FORCE PR SPÓŁKA
Z OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚ
CIĄ

★★★★★ 5,0 / 5

2 oceny

Podstawy kampanii w Google Ads + podstawy analityki w Google z uwzględnieniem cyfrowych i zielonych kompetencji - szkolenie

Numer usługi 2026/01/08/179191/3245983

📍 Bielsko-Biała / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 16 h

📅 23.02.2026 do 24.02.2026

4 900,00 PLN brutto

4 900,00 PLN netto

306,25 PLN brutto/h

306,25 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Grupa docelowa usługi	- właściciele mikro i małych firm, - pracownicy działów marketingu, - osoby odpowiedzialne za promocję marki w Internecie, - osoby rozpoczynające pracę jako freelancerzy w obszarze marketingu online - osoby będące na podstawowym poziomie znajomości Google Ads, a także ci, którzy nigdy nie pracowali z tym narzędziem, ale chcą nauczyć się samodzielnego wykonywania skutecznych kampanii reklamowych. Wymagana jest podstawowa umiejętność obsługi komputera i Internetu oraz posiadanie konta Google (lub gotowość do jego założenia).
Minimalna liczba uczestników	1
Maksymalna liczba uczestników	4
Data zakończenia rekrutacji	22-02-2026
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	16
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Szkolenie przygotowuje do tworzenia, prowadzenia oraz optymalizacji kampanii reklamowych w Google Ads oraz korzystania z narzędzi analitycznych Google. Uczestnicy nauczą się przygotowywać skuteczne kampanie zgodne z zasadami zrównoważonego rozwoju oraz efektywnego wykorzystania technologii cyfrowych, wspierając inicjatywy ekologiczne i cyfrowe na różnych poziomach. Kurs łączy nowoczesne narzędzia z odpowiedzialnym podejściem do środowiska i ochrony danych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Tworzy podstawową kampanię Google Ads w wyszukiwarce i sieci reklamowej zgodnie z celem marketingowym.	Prawidłowo tworzy kampanie z odpowiednim celem (np. ruch, konwersje).	Wywiad swobodny
Poznaje jak dobrać odpowiednie słowa kluczowe i grupy reklamowe odpowiednich do oferty i grupy docelowej.	Wybiera adekwatne słowa kluczowe i grupy reklamowe zgodne z profilem klienta i oferty.	Wywiad swobodny
Tworzy skuteczne reklamy tekstowe, graficzne i responsywne.	Przygotowuje reklamy spełniające wymagania Google Ads i dopasowane do kampanii.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Ustala budżet kampanii, harmonogram wyświetlenia oraz targetowanie geograficzne i demograficzne.	Prawidłowo ustawia budżet, harmonogram oraz segmentację odbiorców.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Śledzi konwersje i analizuje dane z Google Ads, Google Analytics i Google Tag Manager.	Umiejętnie odczytuje dane konwersji i interpretuje podstawowe statystyki.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Interpretuje podstawowe wskaźniki efektywności kampanii (CTR, CPC, konwersje, koszt konwersji).	Poprawnie interpretuje wskaźniki i ocenia efektywność kampanii.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Optymalizuje kampanie w oparciu o dane analityczne oraz wskazówki systemu Google.	Proponuje działania optymalizujące na podstawie analizy danych.	Wywiad swobodny
Łączy działania płatne z organiczną obecnością w sieci i planuje spójną strategię marketingową online.	Opracowuje zintegrowany plan marketingowego uwzględniającego działania SEO i kampanie płatne.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Uwzględnia aspekty etyczne i ekologiczne w planowaniu kampanii.	Uwzględnia wpływ treści na odbiorców i środowisko cyfrowe.	Wywiad swobodny

Kwalifikacje

Inne kwalifikacje

Uznane kwalifikacje

Pytanie 4. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kwalifikacji jest rozpoznawalny i uznawalny w danej branży/sektorze (czy certyfikat otrzymał pozytywne rekomendacje od co najmniej 5 pracodawców danej branży/sektorów lub związku branżowego, zrzeszającego pracodawców danej branży/sektorów)?

TAK

Informacje

Podstawa prawna dla Podmiotów / kategorii Podmiotów	uprawnione do realizacji procesów walidacji i certyfikowania na mocy innych przepisów prawa
Nazwa Podmiotu prowadzącego walidację	My Personality Skills
Nazwa Podmiotu certyfikującego	My Personality Skills

Program

Dlaczego warto skorzystać z naszej usługi?

Nasze szkolenie to więcej niż standardowy kurs – to okazja do zdobycia praktycznych wskazówek, które pomogą Ci nie tylko nauczyć się obsługi narzędzi, ale także skutecznie zastosować je w kontekście Twojego biznesu. Zajęcia mają formę warsztatową, a nasi doświadczeni trenerzy na bieżąco wspierają Cię w tworzeniu treści dostosowanych do specyfiki Twojej działalności w Internecie. Dzięki temu, każdy uczestnik otrzymuje praktyczne porady i pomoc w opracowaniu strategii działań w Google Ads.

Praktyczne umiejętności:

Szkolenie w dużej mierze oparte jest na **praktycznych ćwiczeniach**, podczas których uczestnicy samodzielnie konfiguruje kampanie, analizują dane i wdrażają zmiany optymalizacyjne.

Metody pracy:

Zajęcia prowadzone są metodą ćwiczeniową, połączoną z rozmową i wykładem. Warunkiem niezbędnym do osiągnięcia celu szkolenia jest samodzielne wykonanie wszystkich ćwiczeń zadanych przez trenera.

Godziny realizacji szkolenia:

Szkolenie realizowane jest w ciągu dwóch dni, po 8 godzin zegarowych dziennie (łącznie 16 godzin edukacyjnych, przy czym 1 godzina edukacyjna to 60 minut). Godziny Teoretyczne 5h, godziny praktyczne 11h

Harmonogram szkolenia może ulec nieznacznym przesunięciom w zależności od tempa pracy grupy, czasu potrzebnego na wykonanie ćwiczeń oraz stopnia przyswajania materiału.

Doświadczeni prowadzący:

Trener prowadzący usługę oraz osoba walidująca będzie posiadała doświadczenie zawodowe zdobyte nie wcześniej niż 5 lat lub kwalifikacje nabyte nie wcześniej niż 5 lat przed datą wprowadzenia szczegółowych danych dotyczących oferowanej usługi. Szczegółowe informacje odnośnie prowadzących w zakładce "Prowadzący".

Certyfikat:

Uczestnicy szkolenia otrzymają certyfikat potwierdzający ukończenie szkolenia oraz zdobycie wiedzy i umiejętności objętych programem.

Weryfikacja efektów uczenia się:

Weryfikacja efektów uczenia się odbywa się na bieżąco podczas prowadzonych ćwiczeń oraz w trakcie rozmów z uczestnikami. Taka forma oceny pozwala na natychmiastowe sprawdzenie stopnia przyswojenia wiedzy i umiejętności oraz umożliwia dostosowanie tempa i zakresu szkolenia do potrzeb grupy.

Zielone i cyfrowe kompetencje w kursie obejmują:

1. Cyfrowa odpowiedzialność w zarządzaniu kampaniami

- Tworzenie treści zgodnych z zasadami ochrony danych i prywatności, co zwiększa bezpieczeństwo oraz komfort odbiorców.
- Efektywne wykorzystanie narzędzi do analizy i automatyzacji treści przy zachowaniu zgodności z normami etycznymi.

2. Świadome korzystanie z narzędzi cyfrowych

- Wdrażanie odpowiedzialnych praktyk korzystania z Google Ads, by tworzyć treści spełniające zasady zrównoważonego marketingu.
- Optymalizacja kampanii w celu efektywnego wykorzystania zasobów i dostosowania treści do cyfrowych standardów jakości.

Program szkolenia

MODUŁ 1 – WPROWADZENIE DO GOOGLE ADS

Cel modułu: Zrozumienie podstaw działania systemu Google Ads w kontekście efektywnego i świadomego ekologicznie marketingu internetowego.

- Rola Google Ads w strategii marketingowej online z uwzględnieniem jak świadome zarządzanie kampanią może przyczynić się do zmniejszenia cyfrowego śladu węglowego.
- Typy kampanii: wyszukiwarka, sieć reklamowa, video, discovery z analizą efektywności i energochłonności różnych typów kampanii – wybór kanałów o mniejszym wpływie środowiskowym (np. kampanie tekstowe vs. video).
- Struktura konta Google Ads: kampania, grupa reklam, reklama. Projektowanie kampanii w sposób uporządkowany i zoptymalizowany – ograniczenie marnowania zasobów cyfrowych i emisji CO₂ przez nieefektywne struktury.

MODUŁ 2 - ZIELONE PODEJŚCIE W REKLAMIE INTERNETOWEJ

Cel modułu: Wprowadzenie zasad zrównoważonego marketingu cyfrowego i rozwijanie kompetencji w zakresie ekologicznej komunikacji i etycznej reklamy.

- Zrównoważony marketing w praktyce. Budowanie kampanii wspierających cele ESG – odpowiedzialna komunikacja z konsumentami i promowanie rozwiązań proekologicznych.
- Tworzenie ekologicznych komunikatów reklamowych. Redagowanie przekazów promujących zrównoważony styl życia i świadome wybory zakupowe.
- Minimalizacja śladu węglowego kampanii - dobre praktyki. Wdrażanie strategii zmniejszających emisję CO₂: ograniczanie emisji z serwerów, redukcja rozmiarów grafik, rezygnacja z energochłonnych formatów reklamowych.

MODUŁ 3 – PLANOWANIE I TWORZENIE KAMPANII

Cel modułu: Rozwijanie umiejętności projektowania kampanii reklamowych z uwzględnieniem efektywności ekologicznej i ekonomicznej.

- Dobór słów kluczowych i grup reklamowych nie tylko pod kątem konwersji, ale także pod kątem promowania produktów i usług wspierających zieloną transformację.
- Pisanie skutecznych reklam tekstowych i responsywnych z uwzględnieniem tych, które zachęcają do działań prośrodowiskowych i prezentują ekologiczne cechy produktów/usług.
- Ustawienie budżetu, harmonogramu i lokalizacji wyświetlania reklam precyzyjne targetowanie ogranicza liczbę niepotrzebnych wyświetleń (mniejsze zużycie energii).
- Podstawowe zasady optymalizacji kampanii z uwzględnieniem racjonalnego podejścia do wydatkowania budżetów reklamowych.

MODUŁ 4 – ANALITYKA W GOOGLE

Cel modułu: Nauka analizy danych reklamowych z uwzględnieniem efektywności środowiskowej kampanii.

- Wprowadzenie do Google Analytics i Google Tag Manager z ograniczeniem liczby skryptów i zmniejszanie obciążenia stron (co przekłada się na mniejsze zużycie energii).
- Śledzenie konwersji i zdarzeń w witrynie. Mierzenie efektów kampanii wspierających działania ekologiczne – np. konwersje na stronie promującej produkty zero waste.
- Odczytywanie podstawowych wskaźników (CTR, CPC, ROI). Interpretacja wskaźników z perspektywy efektywności energetycznej i kosztowej.
- Tworzenie prostych raportów i wnioskowanie na ich podstawie. Prezentacja danych uwzględniająca efekty środowiskowe (np. oszczędność energii dzięki lepszej konwersji).

MODUŁ 5 – PRAKTYKA I OPTYMALIZACJA

Cel modułu: Utrwalenie wiedzy i rozwój praktycznych kompetencji związanych z prowadzeniem i optymalizacją ekologicznych kampanii Google Ads.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 21

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 21 MODUŁ 1 – WPROWADZENIE DO GOOGLE ADS (cz.1) - Rola Google Ads w strategii marketingowej online	Renata Konieczny	23-02-2026	08:00	09:00	01:00
2 z 21 MODUŁ 1 (CZ.2) Typy kampanii: wyszukiwarka, sieć reklamowa, wideo, discovery	Renata Konieczny	23-02-2026	09:00	10:00	01:00
3 z 21 MODUŁ 1 (CZ.3) - Struktura konta Google Ads: kampania, grupa reklam, reklama	Renata Konieczny	23-02-2026	10:00	11:00	01:00
4 z 21 PRZERWA	Renata Konieczny	23-02-2026	11:00	11:15	00:15
5 z 21 MODUŁ 2 (CZ.1) - ZIELONE PODEJŚCIE W REKLAMIE INTERNETOWEJ - Zrównoważony marketing w praktyce	Renata Konieczny	23-02-2026	11:15	11:45	00:30
6 z 21 MODUŁ 2 (CZ.2) - Tworzenie ekologicznych komunikatów reklamowych	Renata Konieczny	23-02-2026	11:45	12:00	00:15
7 z 21 MODUŁ 2 (CZ.3) - Minimalizacja śladu węglowego kampanii - dobre praktyki	Renata Konieczny	23-02-2026	12:00	12:15	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
8 z 21 MODUŁ 3 – PLANOWANIE I TWORZENIE KAMPANII Dobór słów kluczowych i grup reklamowych	Renata Konieczny	23-02-2026	12:15	13:30	01:15
9 z 21 MODUŁ 3 (CZ.2) - Pisanie skutecznych reklam tekstowych i responsywnych	Renata Konieczny	23-02-2026	12:30	14:30	02:00
10 z 21 PRZERWA	Renata Konieczny	23-02-2026	14:30	15:00	00:30
11 z 21 MODUŁ 3 (CZ.3) Ustawienie budżetu, harmonogramu i lokalizacji wyświetlania reklam	Renata Konieczny	23-02-2026	15:00	15:30	00:30
12 z 21 MODUŁ 3 (CZ.4) - Podstawowe zasady optymalizacji kampanii	Renata Konieczny	23-02-2026	15:30	16:00	00:30
13 z 21 MODUŁ 4 – ANALITYKA W GOOGLE Wprowadzenie do Google Analytics i Google Tag Manager	Renata Konieczny	24-02-2026	08:00	09:30	01:30
14 z 21 MODUŁ 4 (CZ.2) Śledzenie konwersji i zdarzeń w witrynie	Renata Konieczny	24-02-2026	09:30	11:00	01:30
15 z 21 PRZERWA	Renata Konieczny	24-02-2026	11:00	11:15	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
16 z 21 MODUŁ 4 (CZ.3) Odczytywanie podstawowych wskaźników (CTR, CPC, ROI)	Renata Konieczny	24-02-2026	11:15	12:00	00:45
17 z 21 MODUŁ 4 (CZ.4) Tworzenie prostych raportów i wnioskowanie na ich podstawie	Renata Konieczny	24-02-2026	12:00	13:00	01:00
18 z 21 MODUŁ 5 – PRAKTYKA I OPTIMALIZACJA (CZ.1)	Renata Konieczny	24-02-2026	13:00	14:00	01:00
19 z 21 PRZERWA	Renata Konieczny	24-02-2026	14:00	14:30	00:30
20 z 21 MODUŁ 5 – PRAKTYKA I OPTIMALIZACJA (CZ.2)	Renata Konieczny	24-02-2026	14:30	15:30	01:00
21 z 21 EGZAMIN	-	24-02-2026	15:30	16:00	00:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	4 900,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	4 900,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	306,25 PLN
Koszt osobogodziny netto	306,25 PLN
W tym koszt walidacji brutto	0,00 PLN
W tym koszt walidacji netto	0,00 PLN

W tym koszt certyfikowania brutto

125,00 PLN

W tym koszt certyfikowania netto

125,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Renata Konieczny

Związana z firmą ForcePR od samego początku jej istnienia. W pracy zwana jest „linijką”. Dlaczego? Bo wszystkie projekty wnikliwie analizuje. Pomimo humanistycznego wykształcenia ma umiejętności inżynierskie – wszystko mierzy, waży, liczy i analizuje. Stoi na straży wszystkich projektów. Szuka rozwiązań, eliminuje problemy. Spod jej ręki wychodzą najbardziej optymalne kampanie reklamowe. Myśli nie tylko analitycznie, ale też kreatywnie. Szkoli z prowadzenia social mediów. Prowadzi zespół w firmie, który, jak w zegarku, dowozi projekty. Klienci ForcePR cenią ją za merytoryczność, obowiązkowość i szczerłość. Autorka wielu kreacji reklamowych. Filar firmy ForcePR. Prywatnie mama, pływa jak ryba, radzi sobie ze wszystkimi budowlanymi wyzwaniami.

W ciągu ostatnich 5 lat podnosiła swoje kompetencje aktualizując na bieżąco wiedzę branżową.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymają **szablony i checklisty**, które pomagają w planowaniu i realizacji kampanii Google Ads. Wśród nich znajdują się formularze do wyboru odpowiednich słów kluczowych i grup reklamowych, przykłady skutecznych reklam tekstowych i responsywnych, a także listy kontrolne wspierające optymalizację kampanii oraz harmonogram działań. Te materiały mają na celu ułatwić samodzielne zarządzanie kampaniami i zapewnić systematyczność oraz skuteczność prowadzonych działań.

Podczas szkolenia realizowane są **zadania praktyczne i ćwiczenia warsztatowe**, które pozwalają uczestnikom na aktywne wykorzystanie poznanych narzędzi i technik. Ćwiczenia obejmują tworzenie i konfigurowanie kampanii Google Ads na kontach testowych lub symulowanych, analizę danych z kampanii, a także opracowywanie raportów i działań optymalizacyjnych. Dzięki temu uczestnicy mają okazję nie tylko zdobyć wiedzę teoretyczną, ale także przećwiczyć jej praktyczne zastosowanie pod okiem prowadzącego.

Po ukończeniu szkolenia i pozytywnym zaliczeniu wszystkich modułów uczestnicy otrzymują **certyfikat potwierdzający nabyte kompetencje**. Dokument ten stanowi oficjalne potwierdzenie umiejętności w zakresie prowadzenia kampanii reklamowych w Google Ads oraz podstaw analityki internetowej i jest cennym wsparciem w rozwoju zawodowym.

Adres

ul. Romualda Traugutta 10/13

43-300 Bielsko-Biała

woj. śląskie

winda

bezpłatny dostęp do internetu

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



MAŁGORZATA ZARĘBSKA

E-mail malgorzata@forcepr.pl

Telefon (+48) 660 627 371