



Kurs E-marketing. Reklama i promocja w Internecie.

Numer usługi 2026/01/12/145775/3252243

6 600,00 PLN brutto
6 600,00 PLN netto
169,23 PLN brutto/h
169,23 PLN netto/h

EDU-IT Augustyn,
Pieprzycki sp.j

★★★★☆ 4,4 / 5

79 ocen

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 39 h

📅 11.04.2026 do 09.05.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Kurs skierowany jest do wszystkich, którzy chcą samodzielnie realizować działania marketingowe w Internecie, skutecznie promować firmę lub usługi/produkty w sieci, w szczególności dedykowany jest do:

- Osób rozpoczynających karierę w branży internetowej lub chcących się przebranżowić
- Właścicieli i pracowników firm (w szczególności mniejszych i średnich przedsiębiorstw)
- Pracowników agencji reklamowych i marketingowych
- Pracowników działów promocji i reklamy
- Osób chcących sprzedać swoje produkty/usługi w Internecie
- Freelancerów pracujących w obszarze digital marketingu

Kurs przeznaczony jest zarówno dla osób początkujących, jak i średniozaawansowanych. Duża liczba ćwiczeń pomoże w oswojeniu wiedzy dla osób, które zaczynają swoją przygodę z e-marketingiem, a z kolei osoby będące na poziomie zaawansowanym poszerzą swój umiejętności o dodatkowe zagadnienia.

Minimalna liczba uczestników

4

Maksymalna liczba uczestników

20

Data zakończenia rekrutacji

10-04-2026

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

Liczba godzin usługi

39

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Certyfikat systemu zarządzania jakością wg. ISO 9001:2015 (PN-EN ISO 9001:2015) - w zakresie usług szkoleniowych

Cel

Cel edukacyjny

Kurs przygotowuje do samodzielnego budowania wizerunku marki oraz zwiększenia sprzedaży w sieci za pomocą narzędzi marketingowych. Daje gwarancje na skuteczną realizację wyznaczonej strategii marketingowej oraz efektywne zastosowanie wiedzy w trakcie swojej pracy i przeprowadzonych kampanii promocyjnych w Internecie.

Dla osób poszukujących pracy kurs zwiększa szansę na uzyskanie pozytywnego wyniku rozmowy kwalifikacyjnej lub rozpoczęcie i wypromowanie własnego biznesu.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Definiuje podstawowe pojęcia z zakresu e-marketingu	<ul style="list-style-type: none">- Wyjaśnia znaczenie podstawowych pojęć z zakresu e-marketingu- Charakteryzuje kluczowe elementy e-marketingu, w tym strategię promocji online, narzędzia analityczne i kanały komunikacji	Wywiad swobodny
Tworzy strategie marketingowe zgodnie z poznanymi wytycznymi.	<ul style="list-style-type: none">- Projektuje strategie marketingowe, uwzględniając poznane wytyczne oraz dostępne narzędzia e-marketingowe.- Implementuje elementy strategii marketingowych zgodnie z założeniami oraz oczekiwaniami grupy docelowej	Debata swobodna
Definiuje zasady/ sposoby/ metody kreowania wizerunku firmy na stronach www i budowania wizerunku firmy w Internecie	<ul style="list-style-type: none">- Opisuje zasady tworzenia wizerunku firmy na stronach internetowych, uwzględniając elementy graficzne, treściowe oraz interaktywne.- Wyjaśnia metody budowania pozytywnego wizerunku firmy w Internecie poprzez strategie content marketingowe i aktywność w mediach społecznościowych Pozostałe mogą zostać bez zmian.	Debata swobodna
Poznaje możliwości wykorzystania sztucznej inteligencji w marketingu internetowym	Tworzy opisy produktów poprzez wykorzystane czatu GPT.	Test teoretyczny
Poznaje kluczowe zasady e-mail marketingu.	Tworzy kampanie marketingowe z wykorzystaniem poczty e-mail	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Poznaje możliwości wykorzystania social mediów do celów marketingowych	Tworzy profile reklamowe na platformach takich jak Instagram, Tik Tok, LinkedIn i Facebook	Prezentacja

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

Szkolenie skierowane jest do osób wskazanych w punkcie grupa docelowa.

Maksymalna grupa uczestników do 15 osób.

1 godzina - szkoleniowa 45 minut.

PANEL I (wykład)

1. Wprowadzenie do marketingu internetowego - 1 godz.

2. Tworzenie strategii marketingowej - 5 godz.:

a) Lejek sprzedażowy

b) Wyróżnienie produktu

c) Buyer persona

d) Cele

e) Pomiar KPI

f) Badania NPS

g) Komunikacja: kanały, harmonogram, budżet

3. Witryna internetowa - 4 godz.

PANEL II (ćwiczenia praktyczne)

4. Socialmedia marketing - 4 godz.:

a) Instagram

b) TIK TOK

c) LinkedIn

d) Facebook

5. Wykorzystanie sztucznej inteligencji w marketingu internetowym - 3 godz.

6. Reklama na Facebook - 3 godz.

PANEL III (wykład połączony z elementami ćwiczeń praktycznych)

7. Email marketing - 3 godz.

8. Analityka (strona www, media społecznościowe) - 3 godz.

9. Copywriting - warsztaty - 3 godz.

PANEL IV (ćwiczenia zakończone testem końcowym)

10. Konfiguracja Google Ads - 4 godz.

11. Projekt końcowy - 4 godz.

1. Egzamin końcowy - 2 godz.

Spotkania będą trwały 9h - 10h szkoleniowych, po każdej godzinie szkoleniowej następuję przerwa 5 minutowa. Przerwa nie wlicza się w godziny szkoleniowe

Każdy dysponuje własnym stanowiskiem pracy.

Szkolenie jest przeprowadzone zarówno w formie wykładu, jak i zadań zleconych przez osobę prowadzącą.

Harmonogram oraz kody dostępowe zostaną uzupełnione w terminie zgodnym z regulaminem.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 1

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 1 Zajęcia 1	Michał Susfał	11-04-2026	08:00	14:35	06:35

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	6 600,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	6 600,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	169,23 PLN
Koszt osobogodziny netto	169,23 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 6



1 z 6

Mateusz Wiktor

Właściciel Dwoch Agencji Interaktywnych prowadzonych od 2005 roku. Od 19 lat zajmuje się marketingiem internetowym oraz budową zaawansowanych aplikacji internetowych wspomagających biznes. Posiada doświadczenie w prowadzeniu zajęć z studentami w Wyższej Szkole Informatyki i Zarządzania z zakresu Marketingu internetowego.



2 z 6

Dariusz Kopyto

Dariusz Kopyto marketer i trener specjalizujący się w SXO – optymalizacji witryn internetowych pod kątem potrzeb użytkowników i wymagań wyszukiwarek. Właściciel agencji digitalowej MARKOFANI oraz twórca Aspirate.pl, serwisu dla profesjonalistów z branży marketingu internetowego. Współtwórca i współwłaściciel INUP – Podkarpacka Koalicja Startupów, KWADRAT – Podkarpacka Przestrzeń Kreatywna, Rzeszów Startup Akcelerator, HugeTech. Lider projektu Samsung Inkubator. Rozwijał działalność Podkarpackiego Centrum Innowacji. Z marketingiem internetowym związany od 2005 roku. Od 2010 roku prowadzi własną agencję reklamową, która skupia się na tworzeniu witryn internetowych oraz kampaniach reklamowych z pełną analityką internetową. Od 2017 roku specjalizuje się w SXO. Absolwent Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania – studia jednolite magisterskie na kierunku Informatyka i ekonometria. Były student na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna.



3 z 6

Agnieszka Pieprzyk

Współwłaścicielka firmy MARCATING. Przez ostatnie lata poznawała najważniejsze narzędzia marketingu internetowego i doskonaliła się w obsłudze tych, w których czuję się najlepiej. Zaczynałam od email marketingu, potem wkręciła się w reklamy na Facebooku i obsługę Google Analytics. Przyszedł też czas na budowanie stron www za pomocą WordPressa i jego dodatkowych narzędzi. Rozwija swoją wiedzę o strategii, planowaniu działań marketingowych i analizowaniu ich wyników. Śledzę trendy, studiuję zależności i podgląda lejki marketingowe, w których sama jest klientką.



4 z 6

Sebastian Jaworecki

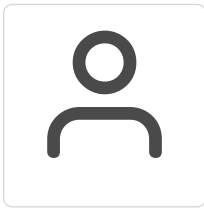
Informatyk, Programista i Administrator web, Grafik komputerowy, UX/UI designer oraz Specjalista ds. marketingu. Ukończył studia na kierunku „grafika komputerowa i produkcja multimedialna” ze specjalizacją „komunikacja wizualna w marketingu” w Wyższej Szkole Informatyki i Zarządzania z siedzibą w Rzeszowie. Od ponad 9 lat zajmuje się projektowaniem i programowaniem stron internetowych ze szczególnym naciskiem na doświadczenia użytkownika (UX) oraz optymalizację dla wyszukiwarek (SEO). Pomaga firmom kreować marki od zera poprzez zbudowanie i wdrożenie strategii nastawionej na zwiększanie sprzedaży. Zaangażowany w liczne projekty, w tym społeczne. Współwłaściciel i CEO agencji marketingowej „ori digital agency in Rzeszów” skupiającej się m.in. na tworzeniu stron internetowych, budowaniu i wdrażaniu kampanii marketingowych oraz kreowaniu grafik użytkowych do druku i przestrzeni digital. Jego podejście do realizacji działań oparte jest o wiedzę, w szczególności pozyskaną z często niedostępnych publicznie źródeł, zweryfikowaną na licznych wdrażanych projektach.



5 z 6

Michał Susfał

Przedsiębiorca, autor książki Moodle. Ćwiczenia praktyczne (Helion 2012). Z wykształcenia – nauczyciel techniki i informatyki; z wykonywanego zawodu – trener IT, specjalista marketingu internetowego. Absolwent kierunku edukacja techniczno-informatyczna na Uniwersytecie Rzeszowskim. Inspiracją do działania są dla niego stosowane w edukacji i biznesie nowe technologie automatyzujące pracę oraz proces zarabiania pieniędzy. W swojej działalności wykorzystuje m.in. narzędzia informatyczne służące do: promocji, sprzedaży, prezentacji produktów i usług, wizualizacji danych, dystrybucji treści on-line, rozwoju biznesu. Obszary jego działania to: marketing cyfrowy, rozwój finansowy i osobisty, systemy automatyzacji sprzedaży wielokanałowej, zarządzanie czasem i pieniędzmi. Wiedzę pozyskiwał od światowej klasy ekspertów z wymienionych dziedzin. Jest ona poparta doświadczeniem zdobytym w trakcie kilku lat współpracy z licznymi firmami oraz prowadzenia szkoleń – m.in. dla przedsiębiorców, urzędników, nauczycieli.



6 z 6

Damian Nowak

Team Leader i Doradca Google - Firmy Jutra program Google/ CEO & Co-Founder - Koala Marketing

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Skrypt przedstawiający zawarte w szkoleniu treści przedstawiające rzeczywiste przykłady omawianych kampanii marketingowych oraz zadania do wykonania.

Skrypty zostaną przekazane uczestnikom w formie elektronicznej.

Warunki techniczne

Dostęp do komputera wyposażony w system operacyjny Windows 7 lub wyższy, oraz przeglądarkę internetową np. Google Chrome. Minimalna prędkość łącza internetowego 1Mb/s

Kontakt



Jarosław Jajdelski

E-mail operator@edu-it.com.pl

Telefon (+48) 734 920 067