



DIGITAL BRAND
MAGDALENA
GŁOMSKA

★★★★★ 4,6 / 5

1 851 ocen

Szkolenie Marketing cyfrowy i zielone kompetencje: Facebook, Instagram/Threads oraz TikTok z elementami AI. Fotografia smartfonowa. Videomarketing - rolki. Canva. System reklamowy Meta Advance. E-COMMERCE + SEO -optymalizacja pod wyszukiwarki. Google Analytics + Google Ads. 9 dni

Numer usługi 2026/01/14/118911/3258278

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 72 h

📅 04.05.2026 do 26.05.2026

6 480,00 PLN brutto

6 480,00 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

Szkolenie skierowane jest do :

- 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

30-04-2026

Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	72
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
	Definiuje zasady indeksowania strony przez Google	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Używa sztucznej inteligencji (AI) w kontekście SEO	Wykorzystuje czat GPT oraz Claude jako narzędzie AI do generowania opisów	Analiza dowodów i deklaracji
	Dobiera słowa kluczowe z wykorzystaniem AI: czat GPT, Claude, Yoast	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Wykorzystuje sztuczną inteligencję przy kreowaniu strategii e-commerce, tworzeniu opisów, optymalizacji i automatyzacji procesów e-commerce.	Analiza dowodów i deklaracji
Tworzy krótki i długie filmy bezpośrednio z aplikacji Instagram i TikTok	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
	dostosowuje treści do specyficznych wymagań różnych platform społecznościowych	Analiza dowodów i deklaracji
	Rozróżnia warunki wykonywania zdjęć i filmów różnych typów (portrety, krajobrazy, zdjęcia produktowe, vlogi) z zachowaniem wysokiej jakości.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Posługuje się wiedzą w zakresie zastosowania smartfona w fotografii i wideo do celów marketingowych	Definiuje zasady kompozycji, oświetlenia, ekspozycji oraz kadrowania i zastosowania ich w praktyce.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Definiuje ustawienia odpowiednie parametry aparatu w smartfonie (np. ISO, czas naświetlania, balans bieli).	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Identyfikuje podstawowe pojęcia z zakresu fotografii i wideo do celów marketingowych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Określa i stosuje zasady zrównoważonego rozwoju w marketingu cyfrowym oraz projektuje działania zgodne z kompetencjami zielonymi i zasadami eco-designu	Określa wybór narzędzi i treści marketingowych ograniczających nadprodukcję i ślad środowiskowy	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Definiuje zasady odpowiedzialnej i proekologicznej komunikacji w przygotowanych kampaniach lub materiałach graficznych	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.

Test walidacyjny generowany automatycznie. (pre-test).

DZIEŃ I – Podstawy marketingu cyfrowego i zielonej komunikacji

Blok I – Marketing cyfrowy i zrównoważony marketing mix – teoria

- Rola marketingu cyfrowego w **zrównoważonym rozwoju i gospodarce niskoemisyjnej**
- Zielone kompetencje w marketingu cyfrowym – odpowiedzialna i etyczna komunikacja
- Analiza profili i case study marek odpowiedzialnych społecznie i środowiskowo
- Wyznaczanie celów marketingowych zgodnych z zasadami **ESG i odpowiedzialnej konsumpcji**
- Spójność identyfikacji wizualnej i komunikacyjnej marki bez greenwashingu

Blok II – Content marketing i media plan przy wsparciu AI – teoria + praktyka

- Planowanie postów z wykorzystaniem narzędzi Facebooka w sposób świadomy środowiskowo
- Tworzenie media planu z wykorzystaniem sztucznej inteligencji
- Język korzyści i wartości, komunikacja proekologiczna i edukacyjna

- Definiowanie grup odbiorców i person zakupowych świadomych konsumentów
- Konkursy i reagowanie na sytuacje kryzysowe, w tym ryzyko greenwashingu

Blok III – Canva – teoria

- Omówienie najważniejszych funkcji programu przydatnych do tworzenia grafik na SM
- Eco-design: projektowanie materiałów minimalizujących nadprodukcję treści

Blok IV – Canva – praktyka

- Tworzenie podstaw identyfikacji graficznej: logo, infografiki, dobór kolorystyki i fontów
- Tworzenie szablonów graficznych na potrzeby social media z uwzględnieniem zrównoważonego projektowania

DZIEŃ II – Reklama Meta i zarządzanie kampaniami

Blok I – Business Manager – teoria + praktyka

- Konfiguracja Business Managera
- Zarządzanie kontami w sposób odpowiedzialny cyfrowo

Blok II – Grupy odbiorców – teoria + praktyka

- Analiza i tworzenie grup docelowych
- Etyczne targetowanie i segmentacja zainteresowań
- Ograniczanie nadmiarowej emisji reklam

Blok III – Menedżer reklam – teoria + praktyka

- Cele reklamowe na Facebooka i Instagram
- Budowa lejka sprzedażowego zgodnie z zasadami zrównoważonego marketingu
- Planowanie budżetu, treści zakazane i odpowiedzialne tworzenie kampanii

Blok IV – Meta Advance – praktyka

- Remarketing, piksel Facebooka, zdarzenia niestandardowe
- Analiza wyników, wskaźniki ROAS, optymalizacja reklam
- Wykluczenia, grupowanie zainteresowań, stawki ręczne
- AI Advantage+ – kiedy korzystać, a kiedy nie
- Optymalizacja budżetu i reagowanie na zmiany algorytmów Meta 2026

DZIEŃ III – Fotografia mobilna i komunikacja wizualna

Blok I – Rola fotografii w marketingu – teoria / wideorozmowa

- Fotografia w budowaniu wizerunku marki i w celach marketingowych
- Komunikacja wizualna i przyszłość contentu mobile
- Fotografia mobilna jako **niskoemisyjna forma produkcji contentu**
- Inspiracje i cechy dobrego zdjęcia

Blok II – Sprzęt i akcesoria. Ustawienia smartfona – praktyka

- Dlaczego sprzęt nie jest najważniejszy – świadome wykorzystanie zasobów
- Analiza aparatu w smartfonie i ustawienia zdjęć / nagrań
- Storytelling wizualny – sekwencje zdjęć i ograniczanie nadprodukcji treści

Blok III – Mistrzowska edycja zdjęć i nagrań – praktyka

- Narzędzia do edycji zdjęć
- Aplikacje premiowane przez algorytmy SM
- Naturalna edycja, korekta balansu bieli i temperatura barwowa

Blok IV – Promocja w SM – teoria + praktyka

- Nagrywanie stories, rolek, shortsów i TikToka
- Budowanie marki osobistej w duchu **zrównoważonego rozwoju**
- Efektywne wykorzystanie LinkedIna, Facebooka, Instagrama i TikToka
- Możliwości monetyzacji fotografii mobilnej

DZIEŃ IV – Instagram i Threads

Blok I – Eksperckie sztuczki – teoria + praktyka

- Funkcje Instagrama i Threads, różnice, cele platform
- Analiza profili marek odpowiedzialnych
- Budowanie rozpoznawalnego brandu zgodnego z wartościami ESG

Blok II – Zwiększanie wizerunku – praktyka

- Hashtagi i zasięgi organiczne, komunikacja edukacyjna
- Interakcje z followersami
- Pomysły na media plan z treściami proekologicznymi

Blok III – Instagram rolki – praktyka

- Trendy muzyczne i pomysły na rolki
- Ustawienia telefonu, filtry, układ, nakładki
- Identyfikacja graficzna zgodna z zasadami eco-designu
- Aplikacje Mojo i CapCut

Blok IV – Influencer marketing – teoria

- Dobór odpowiednich influencerów zgodnych z wartościami ESG
- Rodzaje współprac, tworzenie briefu, dopasowanie tribów
- Angażowanie widowni w sposób etyczny i proekologiczny

DZIEŃ V – TikTok i AI

Blok I – Profil i system reklamowy – teoria / rozmowa na żywo

- Dlaczego TikTok, statystyki i nasza grupa docelowa
- SEO, algorytmy i odpowiedzialne prowadzenie konta biznesowego
- Tworzenie treści edukacyjnych i zrównoważonych

Blok II – TikTok rolki – praktyka

- Trendy muzyczne, funkcje „Popularne dźwięki”
- Przejścia, nakładki, efekty zgodne z aktualnymi trendami
- Opisy i napisy (captions) – pod SEO i wartości edukacyjne

Blok III – CapCut – praktyka

- Montaż wideo, praca ze zdjęciami, dynamika rolki
- Lektor, wyodrębnianie / dodawanie dźwięku

Blok IV – Wykorzystanie AI do contentu – praktyka

- TikTok Creative Center i TikTok Symphony Assistant
- Tworzenie scenariuszy, promptów i treści edukacyjnych

DZIEŃ VI – E-commerce i sprzedaż online

Blok I i II – Nasz własny sklep internetowy

- Elementy sklepu: kategoria, produkt, checkout, mail
- Optymalizacja strony produktowej w duchu **odpowiedzialnego e-commerce**
- Customer journey map, identyfikacja touchpointów i projektowanie ścieżki zakupowej

Blok III i IV – Planowanie kampanii sprzedażowych online

- Generowanie leadów i pozyskiwanie kontaktów w sposób świadomy
- Planowanie kampanii reklamowych zgodnych z ESG

DZIEŃ VII – SEO

Blok I i II – SEO Copywriting – warsztaty

- Pisanie tekstów przyjaznych wyszukiwarkom i użytkownikowi

- Teksty z wykorzystaniem AI – etyka i odpowiedzialność
- Link building i budowa wartościowego contentu

Blok III i IV – Narzędzia SEO i raporty – teoria

- Ahrefs, Semrush, Senuto – analiza z poszanowaniem prywatności
- Raportowanie i ocena jakości treści

DZIEŃ VIII – Analityka

Blok I i II – Google Analytics – wprowadzenie, instalacja i konfiguracja

- Śledzenie danych w sposób zgodny z ochroną prywatności
- Alternatywy dla GA

Blok III i IV – Google Search Console

- Kluczowe zakresy konfiguracji
- Odfiltrowanie danych, analiza widoczności treści edukacyjnych i proekologicznych

DZIEŃ IX – Google Ads

Blok I i II – Planowanie kampanii reklamowych

- Pojęcia i funkcje w Google Ads
- Narzędzia do słów kluczowych, w tym treści proekologiczne

Blok III i IV – Tworzenie efektywnych reklam

- Strategie tworzenia reklam tekstowych i graficznych
- Copywriting w Google Ads wspierający odpowiedzialne marki

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 wskazaniemi do dalszego rozwoju.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 55

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 55 Przeprowadzenie testu wiedzy (pre-test w ramach walidacji)	-	04-05-2026	08:30	08:45	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
2 z 55 Blok I – Marketing cyfrowy i zrównoważony marketing mix – teoria	MAGDALENA GŁOMSKA	04-05-2026	08:45	10:00	01:15
3 z 55 Przerwa 30 minut	MAGDALENA GŁOMSKA	04-05-2026	10:00	10:30	00:30
4 z 55 Blok II – Content marketing i media plan przy wsparciu AI – teoria + praktyka	MAGDALENA GŁOMSKA	04-05-2026	10:30	12:00	01:30
5 z 55 Przerwa 15 min	MAGDALENA GŁOMSKA	04-05-2026	12:00	12:15	00:15
6 z 55 Blok III – Canva – teoria	MAGDALENA GŁOMSKA	04-05-2026	12:15	13:45	01:30
7 z 55 Blok IV – Canva – praktyka	MAGDALENA GŁOMSKA	04-05-2026	13:45	15:15	01:30
8 z 55 Blok I – Business Manager – teoria + praktyka	MAGDALENA GŁOMSKA	05-05-2026	08:30	10:00	01:30
9 z 55 Przerwa 30 min	MAGDALENA GŁOMSKA	05-05-2026	10:00	10:30	00:30
10 z 55 Blok II – Grupy odbiorców – teoria + praktyka	MAGDALENA GŁOMSKA	05-05-2026	10:30	12:00	01:30
11 z 55 Przerwa 15 min	MAGDALENA GŁOMSKA	05-05-2026	12:00	12:15	00:15
12 z 55 Blok III – Menedżer reklam – teoria + praktyka	MAGDALENA GŁOMSKA	05-05-2026	12:15	13:45	01:30
13 z 55 Blok IV – Meta Advance – praktyka	MAGDALENA GŁOMSKA	05-05-2026	13:45	15:15	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
14 z 55 Blok I – Eksperckie sztuczki – teoria + praktyka	Paulina Salamon-Kinas	11-05-2026	08:30	10:00	01:30
15 z 55 Przerwa 30 min	Paulina Salamon-Kinas	11-05-2026	10:00	10:30	00:30
16 z 55 Blok II – Zwiększanie wizerunku – praktyka	Paulina Salamon-Kinas	11-05-2026	10:30	12:00	01:30
17 z 55 Przerwa 15 min	Paulina Salamon-Kinas	11-05-2026	12:00	12:15	00:15
18 z 55 Blok III – Instagram rolki – praktyka	Paulina Salamon-Kinas	11-05-2026	12:15	13:45	01:30
19 z 55 Blok IV – Influencer marketing – teoria	Paulina Salamon-Kinas	11-05-2026	13:45	15:15	01:30
20 z 55 Blok I – Profil i system reklamowy – teoria / rozmowa na żywo	Paulina Salamon-Kinas	12-05-2026	08:30	10:00	01:30
21 z 55 Przerwa 30 min	Paulina Salamon-Kinas	12-05-2026	10:00	10:30	00:30
22 z 55 Blok II – TikTok rolki – praktyka	Paulina Salamon-Kinas	12-05-2026	10:30	12:00	01:30
23 z 55 Przerwa 15 min	Paulina Salamon-Kinas	12-05-2026	12:00	12:15	00:15
24 z 55 Blok III – CapCut – praktyka	Paulina Salamon-Kinas	12-05-2026	12:15	13:45	01:30
25 z 55 Blok IV – Wykorzystanie AI do contentu – praktyka	Paulina Salamon-Kinas	12-05-2026	13:45	15:15	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
26 z 55 Blok I – Rola fotografii w marketingu – teoria / wideorozmowa	Magdalena Szmidt	14-05-2026	08:30	10:00	01:30
27 z 55 Przerwa 30 min	Magdalena Szmidt	14-05-2026	10:00	10:30	00:30
28 z 55 Blok II – Sprzęt i akcesoria. Ustawienia smartfona – praktyka	Magdalena Szmidt	14-05-2026	10:30	12:00	01:30
29 z 55 Przerwa 15 min	Magdalena Szmidt	14-05-2026	12:00	12:15	00:15
30 z 55 Blok III – Mistrzowska edycja zdjęć i nagrań – praktyka	Magdalena Szmidt	14-05-2026	12:15	13:45	01:30
31 z 55 Blok IV – Promocja w SM – teoria + praktyka	Magdalena Szmidt	14-05-2026	13:45	15:15	01:30
32 z 55 Blok I – Nasz własny sklep internetowy	Krzysztof Bernardyn	18-05-2026	08:30	10:00	01:30
33 z 55 Przerwa 30 min	Krzysztof Bernardyn	18-05-2026	10:00	10:30	00:30
34 z 55 Blok II – Customer journey map w praktyce – identyfikacja touchpointów i projektowanie ścieżki zakupowej klienta.-teoria+praktyka-rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Krzysztof Bernardyn	18-05-2026	10:30	12:00	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
35 z 55 Przerwa 15 min	Krzysztof Bernardyn	18-05-2026	12:00	12:15	00:15
36 z 55 Blok III – Planowanie kampanii sprzedażowych online – działania direct response i generowanie leadów w praktyce.- praktyka-ćwiczenia	Krzysztof Bernardyn	18-05-2026	12:15	13:45	01:30
37 z 55 Blok IV – Marketing automation i e-mail marketing w e-commerce, opinie-teoria+praktyka-rozmowa na żywo, ćwiczenia	Krzysztof Bernardyn	18-05-2026	13:45	15:15	01:30
38 z 55 Blok I – User Experience, architektura informacji, wyszukiwanie – analiza jakościowa procesu zakupowego-teoria+ praktyka-rozmowa na żywo, ćwiczenia	Krzysztof Bernardyn	19-05-2026	08:30	10:00	01:30
39 z 55 Przerwa 30 min	Krzysztof Bernardyn	19-05-2026	10:00	10:30	00:30
40 z 55 Blok II – SEO w e-commerce: czynniki wpływające na pozycje w Google-praktyka-ćwiczenia	Krzysztof Bernardyn	19-05-2026	10:30	12:00	01:30
41 z 55 Przerwa 15 min	Krzysztof Bernardyn	19-05-2026	12:00	12:15	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
42 z 55 Blok III – SEO Copywriting dla e-commerce- praktyka- ćwiczenia	Krzysztof Bernardyn	19-05-2026	13:45	15:15	01:30
43 z 55 Blok I- Google Analytics - wprowadzenie (teoria)- rozmowa na żywo	Krzysztof Bernardyn	25-05-2026	08:30	10:00	01:30
44 z 55 Przerwa 30 min	Krzysztof Bernardyn	25-05-2026	10:00	10:30	00:30
45 z 55 Blok II- Instalacja i konfiguracja Google Analytics (teoria+ praktyka)- rozmowa na żywo	Krzysztof Bernardyn	25-05-2026	10:30	12:00	01:30
46 z 55 Przerwa 30 min	Krzysztof Bernardyn	25-05-2026	12:00	12:30	00:30
47 z 55 Blok III- Analityka (praktyka)- ćwiczenia	Krzysztof Bernardyn	25-05-2026	12:30	14:00	01:30
48 z 55 Blok IV- Google Search Console (praktyka)- ćwiczenia	Krzysztof Bernardyn	25-05-2026	14:00	15:30	01:30
49 z 55 Blok I - Wprowadzenie do Google Ads - teoria, rozmowa na żywo	Dagmara Rżyska	26-05-2026	08:30	10:00	01:30
50 z 55 Przerwa 30 min	Dagmara Rżyska	26-05-2026	10:00	10:30	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
51 z 55 Blok II - Planowanie Kampanii Reklamowych - praktyka, współdzielenie ekranu	Dagmara Rżyska	26-05-2026	10:30	12:00	01:30
52 z 55 Przerwa 30 min	Dagmara Rżyska	26-05-2026	12:00	12:30	00:30
53 z 55 Blok III - Tworzenie Efektywnych Reklam - praktyka, współdzielenie ekranu	Dagmara Rżyska	26-05-2026	12:30	14:00	01:30
54 z 55 Blok IV - Optymalizacja i Zarządzanie Kampaniami - praktyka, współdzielenie ekranu	Dagmara Rżyska	26-05-2026	14:00	15:15	01:15
55 z 55 Przeprowadzenie testu wiedzy (post-test w ramach walidacji)	-	26-05-2026	15:15	15:30	00:15

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	6 480,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	6 480,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	90,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	90,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 5



1 z 5

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 5

Magdalena Szmidt

Ekspertka online marketingu, specjalizująca się w obszarze automatyzacji marketingu i social media z ponad 13-letnim doświadczeniem w branży. Jej doskonałą znajomość rynku online oraz narzędzi nowoczesnego marketera potwierdza certyfikat DIMAQ wydany przez IAB Polska.

W obszarze jej zainteresowań jest digital marketing, a w szczególności marketing automatyczny, e-mail marketing oraz social media.

Od 2019 pracuje w największej grupie medialnej w Polsce (Warner Bros. Discovery TVN). Jako Specjalista ds. Marketing Automation projektuje efektywne ścieżki anti-churnowe, wykorzystując narzędzia marketing automation, opierając się na analizie danych i testach A/B.

Równoległe z pracą na etacie od 2017 roku prowadzi własną działalność gospodarczą. Jej celem jest wsparcie przedsiębiorstw w budowaniu wizerunku online oraz sprawnej i systematycznej komunikacji z klientem. Od 5 lat realizuje także szkolenia z zakresu marketing automation i fotografia smartfonowa. Na szkoleniach dzieli się praktyczną wiedzą zdobywaną na codzień w pracy zawodowej i świadczonych usługach. W ciągu 5 lat przeszkoliła ponad 50 osób i zrealizowała ponad 160 godzin szkoleń.

Praktyczne doświadczenie przekłada na prelekcje na konferencjach, np. Social Media Best Practices 2023 zorganizowanej przez Puls Biznesu oraz na blogu: <https://magdalenaszmidt.com/blog>.

Posiada wykształcenie wyższe. Absolwentka Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego specjalizacja: marketing polityczny.



3 z 5

MAGDALENA GŁOMSKA

Magdalena Głomska posiada wykształcenie wyższe magisterskie. Jest absolwentką Politechniki Gdańskiej. Ukończyła wydział Zarządzania i Marketingu. Korzenie jej doświadczenia wywodzą się z

dziedziny sprzedaży, z którą związana jest zawodowo od ponad 17 lat. Marketingiem internetowym zajmuje się od 2010 roku. Przez 15 lat obejmowała stanowiska menadżerskie, a także pracowała jako Dyrektor Marketingu zarządzając działem marketingu i sprzedaży. Wdrażała strategie marketingowe w firmie będącej dystrybutorem międzynarodowych marek.

Od 5 lat jest właścicielem firmy i dyrektorem zarządzającym Agencji Marketingowej oraz Centrum Szkoleniowego „Digital Brand”, którą założyła bazując na własnym, praktycznym doświadczeniu marketingowo-sprzedażowym. Współpracuje z klientami różnych branż z całej Polski wspierając ich w potrzebnych dla nich obszarach sprzedażowo-marketingowych. Píše strategie marketingowe oraz wdraża wraz z zespołem jej narzędzia pomagając w przejściu transformacji cyfrowej. Swoją wiedzę przekazuje jako Trener na szkoleniach o tematyce: Marketing dla branż, Social Media (Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn), Content marketing, Strategie marketingowe oraz sprzedażowe, Zarządzanie przedsiębiorstwem, Wprowadzanie produktów na rynek. Zrealizowała ponad 1500 godzin szkoleniowych w ciągu ostatnich 5 lat i przeszkoliła ponad 800 osób.



4 z 5

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



5 z 5

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

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

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

Telefon (+48) 505 139 506