



KORYCKI &
GRACZYK
CONSULTING
GROUP SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚ
CIĄ

★★★★★ 4,9 / 5

553 oceny

Bootcamp marketingu internetowego – usługa szkoleniowa

Numer usługi 2026/01/16/161638/3264468

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🎓 Usługa szkoleniowa

🕒 33 h

📅 21.03.2026 do 28.03.2026

6 769,92 PLN brutto

5 504,00 PLN netto

205,15 PLN brutto/h

166,79 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Identyfikatory projektów	Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe, Kierunek - Rozwój, Nowy start w Małopolsce z EURESEM, Małopolski Pociąg do kariery
Grupa docelowa usługi	• Właściciele mikro- i małych firm (MŚP) • Marketerzy offline przechodzący do digitalu • Freelancerzy i konsultanci marketingowi • Startup founderzy i zespoły growth • Specjaliści e-commerce / menedżerowie sklepów internetowych • Studenci kierunków biznesowych, marketingowych i IT • Pracownicy działów sprzedaży / account managerowie • Specjaliści HR i employer branding • NGO i organizacje non-profit (działy fundraisingu) • osoby zamierzające podjąć lub zmienić pracę w agencji interaktywnej na stanowiska związane z marketingiem internetowym • osoby zainteresowane tematyką marketingu internetowego • Uczestnicy projektów: Małopolski Pociąg do Kariery, Nowy Start w Małopolsce (EURES), Kierunek Rozwój. • Usługa rozwojowa adresowana również dla Uczestników projektu Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe.
Minimalna liczba uczestników	1
Maksymalna liczba uczestników	15
Data zakończenia rekrutacji	18-03-2026
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym

Cel

Cel edukacyjny

Usługa „Bootcamp Marketingu Internetowego – usługa szkoleniowa” PRZYGOTOWUJE do samodzielnego kompleksowego planowania działań marketingowych, tworzenia atrakcyjnych i angażujących treści, prowadzenia skutecznych kampanii internetowych oraz wykorzystania narzędzi AI w digital marketingu.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Definiuje kluczowe pojęcia związane z marketingiem internetowym	Uczestnik definiuje podstawowe pojęcia związane z marketingiem internetowym, takie jak SEO, SEM, PPC, lejek marketingowy itp.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uczestnik identyfikuje różnice między definicjami związanymi z marketingiem internetowym	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uczestnik definiuje formy treści cyfrowych w internecie	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uczestnik obsługuje program graficzny Canva	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Projektuje treści cyfrowe w mediach społecznościowych	Uczestnik wybiera opis produktu w wersji plain-language, spełniającej kryteria FOG Index ≤ 8 i WCAG 2.2.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Projektuje treści z wykorzystaniem narzędzi AI	Ocenia kategorię promptu na podstawie case study	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Wybiera narzędzie AI do ściśle określonego działania marketingowego	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uczestnik interpretuje kluczowe metryki (CAC, CLV, ROAS, CPM, ER)	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uczestnik ocenia skuteczność kampanii na podstawie case study	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Analizuje wyniki kampanii internetowej PPC	Uczestnik uzasadnia istotę testów A/B	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

Dzień 1 – wprowadzenie do świata marketingu internetowego + sztuczna inteligencja w digital marketingu (11 godzin dydaktycznych oraz dwie przerwy po 15 minut oraz jedna przerwa 30 minut; 9:00 – 18:15)

1. Wprowadzenie do marketingu internetowego – wideokonferencja:

- Definicja marketingu online i jego miejsce w marketing-mixie (4P → 4C → 4E)
- Kluczowe kanały: SEO, PPC, social media, e-mail, afiliacja, marketplace'y
- Trendy 2025+ – AI, privacy-first, voice search, short-form video
- Metryki sukcesu (CAC, CLV, ROAS, engagement rate) i podstawowe narzędzia pomiaru
- Przegląd case studies: B2C vs B2B, e-commerce vs SaaS

1. Rynek pracy w marketingu internetowym – współdzielenie ekranu

- Mapa stanowisk: junior → specialist → manager → head of growth
- Analiza ogłoszeń live (LinkedIn, Just Join Marketing, Jooble)
- Najczęstsze wymagania techniczne (GA4, Google Ads, Meta Ads, ChatGPT)
- Umiejętności miękkie: analityczne myślenie, kreatywność, komunikacja z klientem

1. Strategie digital marketingu – ćwiczenia

- Ustalanie SMART/OKR dla celów marketingowych
- Budowa person i mapowanie Customer Journey (See-Think-Do-Care)
- Dobór kanałów vs. fazy lejka (TOFU, MOFU, BOFU)
- mini-strategia dla fikcyjnego produktu (praca indywidualna)
- Marka osobista czy firmowa?
- Wyznaczanie KPI i budżetu; matryca priorytetów

1. Copywriting & storytelling – ćwiczenia:

- Frameworki AIDA, PAS, StoryBrand i kiedy który wybrać
- Techniki nagłówków wysokiego CTR (power words, liczby, pytania)
- Ćwiczenie: post sprzedażowy i mail follow-up
- Storytelling marki: bohater, konflikt, rozwiązanie, morał, struktura STAR, monomit.

1. Generatywna AI w tworzeniu treści – ćwiczenia

- Prompt-engineering: role-playing, few-shot, chain-of-thought
- Demonstracja narzędzi: ChatGPT, Gemini, Midjourney, Canva AI

- przygotowanie pakietu social (tekst + obraz)
- Kontrola jakości outputu AI: fact-checking, tone of voice, brand fit

Dzień 2 – content marketing (11 godzin dydaktycznych oraz dwie przerwy po 15 minut oraz jedna przerwa 30 minut; 9:00 – 18:15)

1. Komunikacja marketingowa metodą plain language – ćwiczenia

- Zasady prostego języka: krótkie zdania, aktywna forma, konkret
- Test FOG index i Hemingway App w praktyce
- Przeredagowywanie skomplikowanego opisu produktu na wersję „plain”
- Dostępność cyfrowa (WCAG) a prosty język – wspólne wymagania
- Checklista przed publikacją i peer-review treści uczestników

1. Content marketing & kalendarz publikacji – współdzielenie ekranu

- Definicja content marketingu 360° (blog, wideo, podcast, newsletter, social)
- Analiza przykładów kalendarzy redakcyjnych (Asana, Trello, Notion)
- Metoda „Hub-Spoke” i recykling treści na różne kanały
- Planowanie tematów w oparciu o sezonowość, SEO i lejki TOFU-MOFU-BOFU
- Demo: ustawienie kalendarza publikacji z automatycznymi przypomnieniami

1. Canva w pracy marketera – współdzielenie ekranu

- Omówienie interfejsu i bibliotek (brand kit, szablony, stocki)
- Tworzenie zestawu identyfikacji wizualnej: logo, kolorystyka, fonty
- Formatowanie grafik do różnych kanałów (post IG, cover FB, miniatura YT)
- Wskazówki dot. optymalizacji plików (rozmiar, alt-text, eksport PDF/MP4)

1. Canva w praktyce – warsztaty – ćwiczenia

- Zadanie: przygotuj 3 spójne kreacje (post, story, baner) dla wybranej marki
- Praca nad szablonem kampanii promocyjnej (promo code + call-to-action)
- Użycie mock-upów produktowych i elementów animacji
- Feedback „live” – poprawki i wersje A/B do testów reklamowych

1. Content marketing w praktyce – ćwiczenia

- Ćwiczenie „Topic Clusters”: wymyśl 1 pillar page + 5 artykułów satelit
- Pisanie tytułów o wysokim CTR z wykorzystaniem power words i liczb
- Szybki brief dla copywritera (cel, persona, keyword, CTA, KPI)
- Ocena jakości tekstu: checklisty SEO, readability, voice & tone
- Przygotowanie planu dystrybucji (blog, newsletter, LinkedIn, partnerzy)

1. Social media marketing (organiczny) – współdzielenie ekranu

- Dobór kanałów do person (Facebook vs. IG vs. LinkedIn vs. TikTok)
- Algorytmy 2025: zasięg organiczny, sygnały zaangażowania, cross-posting
- Narzędzia do planowania i analityki (Meta Planner, Buffer, Social Blade)
- tworzymy „kontent hero” i 3 „kontent hub” wokół launchu produktu
- Benchmarkowanie konkurencji: analiza hashtagów, formatów Reels/Shorts

Dzień 3 – kampanie PPC, „poszukiwanie pracy + walidacja (11 godzin dydaktycznych oraz dwie przerwy po 15 minut oraz jedna przerwa 30 minut; 9:00 – 18:15)

1. PPC Display & remarketing – współdzielenie ekranu

- Struktura kampanii Display: sieć GDN vs. Discovery vs. YouTube In-Feed
- Tworzenie segmentów odbiorców (custom, affinity, in-market) i list remarketingowych (GA4, Customer Match)
- Kreacje responsywne: formaty, zasady brand-safe, Dynamic Ads z feedem produktowym
- Ustawienia budżetu i strategii biddingowych (tCPA, tROAS, Maximize Conversions)

1. Kampanie marketingowe PPC – ćwiczenia

- Zadanie: zaprojektuj kampanię Display + remarketing dla sklepu e-commerce (brief, KPI, budżet dzienny)

1. Portfolio & „job-hunt kit” marketera – ćwiczenia

- Check-lista: projekt case study (cel, działanie, wynik, wnioski) w formacie PDF i strony www
- Tworzenie sekcji „Projekty” na LinkedIn: słowa kluczowe, multimedia, atrybuty SEO profilu

- Makieta „one-pager” CV: mierzalne efekty, stack narzędzi, certyfikaty, linki do kampanii
- Symulowana rozmowa rekrutacyjna: odpowiadanie na pytania o KPI i budżety
- Przygotowanie „elevator pitch” (60 s) prezentującego jeden projekt PPC/SEO

1. Przykłady najlepszych kampanii marketingowych – współdzielenie ekranu

- Case studies Effie / IAB MIXX / YouTube Works 2024–2025: cele, insight, format, wyniki
- Rozbicie budżetu i kanałów (paid vs. earned vs. owned) na wykresie „piramida mediów”
- Analiza kreacji: storytelling, hook w pierwszych 3 sekundach, call-to-action
- „Nauka na błędach” — dlaczego podobne kampanie nie zadziałały w innych branżach?

1. Podsumowanie – chat

- Q&A otwarte: doprecyzowanie tematów, rekomendacje literatury i kursów

1. Walidacja – test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

1) Szkolenie odbywa się w godzinach dydaktycznych, czyli 1 godzina szkolenia równa się 45 minut; łącznie 33 godziny dydaktyczne.

2) Przerwy nie są wliczane w czas trwania szkolenia.

3) Prowadzone w ramach szkolenia zajęcia realizowane są metodami interaktywnymi i aktywizującymi, rozumianymi jako metody umożliwiające uczenie się w oparciu o doświadczenie i pozwalające uczestnikom na ćwiczenie umiejętności.

4) Usługa odbywa się zdalnie w czasie rzeczywistym.

5) Grupa docelowa:

- Właściciele mikro- i małych firm (MŚP)
- Marketerzy offline przechodzący do digitalu
- Freelancerzy i konsultanci marketingowi
- Startup founderzy i zespoły growth
- Specjaliści e-commerce / menedżerowie sklepów internetowych
- Studenci kierunków biznesowych, marketingowych i IT
- Pracownicy działów sprzedaży / account managerowie
- Specjaliści HR i employer branding
- NGO i organizacje non-profit (działy fundraisingu)
- osoby zamierzające podjąć lub zmienić pracę w agencji interaktywnej na stanowiska związane z marketingiem internetowym
- osoby zainteresowane tematyką marketingu internetowego

6) Warunki organizacyjne: Szkolenie odbędzie się w formie zdalnej w czasie rzeczywistym na platformie komunikacyjnej Google Meet. Szkolenie przewidziane jest od jednej do piętnastu osób.

7) Cel edukacyjny: Usługa „Bootcamp Marketingu Internetowego – usługa szkoleniowa” PRZYGOTOWUJE do samodzielnego kompleksowego planowania działań marketingowych, tworzenia atrakcyjnych i angażujących treści, prowadzenia skutecznych kampanii internetowych oraz wykorzystania narzędzi AI w digital marketingu.

8) Walidacja: Ocena efektów uczenia się prowadzona jest za pośrednictwem standaryzowanego testu dostępnego online, którego wynik generowany jest automatycznie przez system, **bez udziału człowieka**. Mechanizm walidacji działa niezależnie od procesu szkoleniowego (nie jest obsługiwany przez trenera ani zespół prowadzący), co zapewnia **rozdzielność** obu procesów. Test ma z góry określone progi zaliczeniowe, a wyniki wraz z metadanymi (data/godzina, czas trwania, identyfikator uczestnika) są archiwizowane w systemie, a informacja o rezultacie udostępniana jest uczestnikowi niezwłocznie. Tym samym warunek rozdzielności procesów szkolenia i walidacji pozostaje zachowany. Test składa się z dwudziestu pytań jednokrotnego wyboru (cztery warianty odpowiedzi). Uczestnik rozwiązuje test w programie Google Forms, oświadczając o niekorzystaniu z pomocy dydaktycznych przy jego rozwiązywaniu. Każde pytanie punktowane jest po jeden punkt. Nie ma punktów ujemnych.

9) Warunki wydania zaświadczenia: Uczestnik otrzyma zaświadczenie, gdy spełni dwa wymogi jednocześnie: osiągnie frekwencję wynoszącą co najmniej 80% łącznego wymiaru godzin szkolenia (nie wlicza się czasu przerw) na podstawie raportu wygenerowanego z systemu Google Meet identyfikującego wszystkich uczestników oraz uzyska wynik co najmniej 80% poprawnych odpowiedzi testu (walidacji).

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 26

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 26 Wprowadzenie do marketingu internetowego – wideokonferencja	Marta Schneider	21-03-2026	09:00	10:30	01:30
2 z 26 Przerwa	Marta Schneider	21-03-2026	10:30	10:45	00:15
3 z 26 Rynek pracy w marketingu internetowym – współdzielenie ekranu	Marta Schneider	21-03-2026	10:45	12:15	01:30
4 z 26 Strategie digital marketingu – ćwiczenia	Marta Schneider	21-03-2026	12:15	13:45	01:30
5 z 26 Przerwa obiadowa	Marta Schneider	21-03-2026	13:45	14:15	00:30
6 z 26 Copywriting & storytelling – ćwiczenia	Marta Schneider	21-03-2026	14:15	15:45	01:30
7 z 26 Przerwa	Marta Schneider	21-03-2026	15:45	16:00	00:15
8 z 26 Generatywna AI w tworzeniu treści – ćwiczenia	Marta Schneider	21-03-2026	16:00	18:15	02:15
9 z 26 Komunikacja marketingowa metodą plain language – ćwiczenia	Marta Schneider	22-03-2026	09:00	10:30	01:30
10 z 26 Przerwa	Marta Schneider	22-03-2026	10:30	10:45	00:15
11 z 26 Content marketing & kalendarz publikacji – współdzielenie ekranu	Marta Schneider	22-03-2026	10:45	12:15	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
12 z 26 Canva w pracy marketera – współdzielenie ekranu	Marta Schneider	22-03-2026	12:15	13:45	01:30
13 z 26 Przerwa obiadowa	Marta Schneider	22-03-2026	13:45	14:15	00:30
14 z 26 Canva w praktyce – warsztaty – ćwiczenia	Marta Schneider	22-03-2026	14:15	15:45	01:30
15 z 26 Przerwa	Marta Schneider	22-03-2026	15:45	16:00	00:15
16 z 26 Content marketing w praktyce – ćwiczenia	Marta Schneider	22-03-2026	16:00	17:30	01:30
17 z 26 Social media marketing (organiczny) – współdzielenie ekranu	Marta Schneider	22-03-2026	17:30	18:15	00:45
18 z 26 PPC Display & remarketing – współdzielenie ekranu	Marta Schneider	28-03-2026	09:00	10:30	01:30
19 z 26 Przerwa	Marta Schneider	28-03-2026	10:30	10:45	00:15
20 z 26 Kampanie marketingowe PPC – ćwiczenia	Marta Schneider	28-03-2026	10:45	12:15	01:30
21 z 26 Portfolio & „job-hunt kit” marketera – ćwiczenia	Marta Schneider	28-03-2026	12:15	13:45	01:30
22 z 26 Przerwa obiadowa	Marta Schneider	28-03-2026	13:45	14:15	00:30
23 z 26 Przykłady najlepszych kampanii marketingowych – współdzielenie ekranu	Marta Schneider	28-03-2026	14:15	16:30	02:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
24 z 26 Przerwa	Marta Schneider	28-03-2026	16:30	16:45	00:15
25 z 26 Podsumowanie – chat	Marta Schneider	28-03-2026	16:45	17:30	00:45
26 z 26 Walidacja – test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie	Marta Schneider	28-03-2026	17:30	18:15	00:45

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	6 769,92 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 504,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	205,15 PLN
Koszt osobogodziny netto	166,79 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Marta Schneider

Marta Schneider – trenerka i praktyczka marketingu internetowego. Od pięciu lat rozwija i realizuje działania digital w instytucji szkoleniowej, na co dzień odpowiadając za marketing w mediach społecznościowych: od strategii i planów treści, przez tworzenie materiałów (copy & grafika). W ciągu 5 lat przeprowadziła ponad 280 godzin szkoleń z marketingu internetowego (SM, content, podstawy performance), łącząc wiedzę praktyczną z dydaktyką dorosłych. Pasjonuje się psychologią koloru i budowaniem marki osobistej – oba te obszary wykorzystuje w projektowaniu skutecznej komunikacji i identyfikacji.

Posiada certyfikaty z zakresu marketingu internetowego i kompetencji miękkich.

Uprawnienia trenerskie:

- trener kompetencji miękkich (z elementami TSR),
- trener-szkoleniowiec w nauczaniu dorosłych,
- trener osobisty: coach/mentor/tutor (z elementami interwencji kryzysowej).

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Komplet materiałów zostanie wysłany na maila każdego z uczestników szkolenia. Będzie to skrypt wraz z prezentacjami danego szkolenia.

Warunki uczestnictwa

Ukończony 18 rok życia.

Informacje dodatkowe

1. Jeśli szkolenie będzie dofinansowane ze środków publicznych w **co najmniej 70%** oraz będzie miało charakter **usługi kształcenia zawodowego lub przekwalifikowania zawodowego**, będzie **zwolnione przedmiotowo z podatku VAT** (podstawa prawna: par. 3 ust. 1 pkt 14 Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20 grudnia 2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień (t.j. Dz. U. z 2023 r. poz. 955 z późn. zm.)).
2. Zawarto **Umowę ramową numer RR.0716.275.2024 z WUP w Toruniu** dotyczącą realizacji i rozliczania Usług z wykorzystaniem bonów elektronicznych w ramach **Projektu Kierunek – Rozwój**.
3. Zawarto umowę z Wojewódzkim Urzędem Pracy w Szczecinie na świadczenie usług rozwojowych z wykorzystaniem elektronicznych bonów szkoleniowych w ramach projektu Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe.

Warunki techniczne

1. **Platforma komunikacyjna** – Google Meet.

2. **Wymagania sprzętowe:**

- komputer z aktualnym systemem (Windows 10 lub nowszy / macOS 12 lub nowszy / aktualna dystrybucja Linux),
- aktualna przeglądarka (Chrome/Edge/Firefox/Safari – co najmniej dwie ostatnie wersje),
- stabilne łącze internetowe o przepustowości min. 10 Mb/s (pobieranie) i 2 Mb/s (wysyłanie),
- sprawna kamera komputerowa i mikrofon,
- sprawne słuchawki/ głośniki.

1. **Okres ważności linku:** od godziny zegarowej przed godziną rozpoczęcia szkolenia w dniu pierwszym do godziny zegarowej po zakończeniu szkolenia w dniu ostatnim.

Kontakt



WOJCIECH GRACZYK

E-mail wojciech.graczyk@korycki-graczyk.pl

Telefon (+48) 698 291 420