



SKUTECZNE MEDIA
SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚ
CIĄ

★★★★★ 4,7 / 5

153 oceny

Specjalista ds. reklamy i promocji (kod zawodu 243107), kurs z elementami sztucznej inteligencji oraz certyfikatem MEN. Szkolenie zdalne w czasie rzeczywistym.

Numer usługi 2026/01/21/142107/3274695

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 37 h

📅 13.04.2026 do 28.04.2026

3 330,00 PLN brutto

3 330,00 PLN netto

90,00 PLN brutto/h

90,00 PLN netto/h

187,50 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Usługa skierowana jest do osób dorosłych, które planują rozpoczęcie pracy lub rozwój kompetencji w zawodzie **Specjalista ds. reklamy i promocji (kod zawodu 243107)**, w szczególności do:

- osób pracujących lub planujących pracę w obszarze marketingu, reklamy i promocji,
- pracowników działów marketingu, sprzedaży i komunikacji,
- właścicieli mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw,
- freelancerów oraz osób świadczących usługi marketingowe,
- osób planujących zmianę lub rozszerzenie kwalifikacji zawodowych w kierunku reklamy internetowej.

Uczestnicy powinni posiadać podstawową umiejętność obsługi komputera oraz korzystania z internetu. Usługa nie wymaga wcześniejszego doświadczenia w prowadzeniu kampanii reklamowych.

Minimalna liczba uczestników

5

Maksymalna liczba uczestników

25

Data zakończenia rekrutacji

09-04-2026

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

Liczba godzin usługi

37

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

Celem usługi jest przygotowanie uczestnika do wykonywania zadań zawodowych na stanowisku Specjalista ds. reklamy i promocji (kod zawodu 243107) poprzez nabycie wiedzy i umiejętności w zakresie planowania, tworzenia, prowadzenia i optymalizacji kampanii reklamowych w systemach Google Ads oraz Meta (Facebook i Instagram), z wykorzystaniem narzędzi analitycznych, narzędzi sztucznej inteligencji wspierających tworzenie treści reklamowych oraz zasad bezpieczeństwa w marketingu cyfrowym.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Planuje działania reklamowe w środowisku cyfrowym.	rozdziela cele kampanii reklamowych,	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	przyporządkowuje kanały reklamowe do celów kampanii,	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	identyfikuje elementy struktury kampanii reklamowej.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Tworzy treści reklamowe z wykorzystaniem narzędzi sztucznej inteligencji.	wskazuje zasady tworzenia treści reklamowych,	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	rozpoznaje poprawne zastosowania narzędzi AI w reklamie,	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	identyfikuje błędy w treściach reklamowych.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Projektuje podstawowe kreacje reklamowe do kampanii internetowych.	rozdziela formaty reklamowe stosowane w Google Ads i Meta,	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	identyfikuje zasady poprawnego projektu kreacji reklamowej,	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	wskazuje elementy wpływające na czytelność przekazu.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Konfiguruje kampanie reklamowe w systemach Meta Ads i Google Ads.	rozpoznaje etapy konfiguracji kampanii reklamowej,	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	rozdziela typy kampanii reklamowych,	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	wskazuje poprawne ustawienia kampanii.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Analizuje efektywność kampanii reklamowych.	rozdziela podstawowe wskaźniki efektywności kampanii,	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	interpretuje dane prezentowane w raportach reklamowych,	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	identyfikuje poprawne wnioski na podstawie danych.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Stosuje zasady bezpieczeństwa i etyki w reklamie internetowej.	rozpoznaje zagrożenia dla bezpieczeństwa kont reklamowych,	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	identyfikuje zasady ochrony danych w marketingu cyfrowym,	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	rozdziela praktyki zgodne i niezgodne z etyką reklamy.	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

Forma: szkolenie zdalne w czasie rzeczywistym

Łączna liczba godzin: 37 godzin zegarowych

1. 13.04, godz. 15:00–17:30 – Wprowadzenie do zawodu, lejek marketingowy, archetypy marki

(ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu) – 2,5 godz., prowadząca: Agnieszka Szczygieł, format: prezentacja

Uczestnicy poznają zakres zadań zawodowych specjalisty ds. reklamy i promocji oraz rolę reklamy internetowej w działaniach marketingowych. Omawiane są etapy lejka marketingowego oraz archetypy marki i ich wpływ na spójność komunikacji reklamowej.

2. 14.04, godz. 15:00–17:30 – Budowanie persony marki, język korzyści

(ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu) – 2,5 godz., prowadząca: Agnieszka Szczygieł, format: warsztat praktyczny

Moduł poświęcony jest definiowaniu grupy docelowej oraz tworzeniu person marketingowych. Uczestnicy uczą się stosowania języka korzyści i dopasowywania przekazu reklamowego do potrzeb odbiorców.

3. 14.04, godz. 18:00–20:30 – Canva, projektowanie graficzne reklam

(ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu) – 2,5 godz., prowadząca: Lilianna Trojanowska, format: warsztat praktyczny

Uczestnicy poznają podstawy projektowania kreacji reklamowych w narzędziu Canva. Omawiane są formaty reklamowe oraz zasady estetyki i czytelności przekazu w reklamie internetowej.

4. 15.04, godz. 15:00–17:30 – Google Ads cz. 1 – wprowadzenie

(ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu) – 2,5 godz., prowadząca: Agnieszka Szczygieł, format: warsztat praktyczny

Moduł wprowadza do środowiska Google Ads oraz struktury konta reklamowego. Uczestnicy poznają podstawowe pojęcia oraz rodzaje kampanii reklamowych.

5. 15.04, godz. 18:00–20:30 – Meta ADS

(ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu) – 2,5 godz., prowadząca: Lilianna Trojanowska, format: warsztat praktyczny

Uczestnicy zapoznają się ze środowiskiem reklamowym Meta (Facebook i Instagram). Omawiane są cele kampanii oraz podstawowe formaty reklamowe.

6. 16.04, godz. 15:00–17:30 – GTM – wprowadzenie

(ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu) – 2,5 godz., prowadząca: Agnieszka Szczygieł, format: warsztat praktyczny

Moduł wprowadza do Google Tag Managera oraz pojęć takich jak tagi, zdarzenia i konwersje. Uczestnicy poznają rolę GTM w mierzeniu skuteczności działań marketingowych.

7. 16.04, godz. 18:00–20:30 – Meta ADS

(ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu) – 2,5 godz., prowadząca: Lilianna Trojanowska, format: warsztat praktyczny

Kontynuacja pracy w systemie Meta Ads, ze szczególnym uwzględnieniem targetowania odbiorców. Omawiane są zasady doboru grup docelowych oraz elementy skutecznej kreacji reklamowej.

8. 21.04, godz. 15:00–17:30 – Google Analytics (GA4) – wprowadzenie

(ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu) – 2,5 godz., prowadząca: Agnieszka Szczygieł, format: warsztat praktyczny

Uczestnicy poznają podstawowe funkcje Google Analytics 4 oraz strukturę raportów. Moduł obejmuje interpretację kluczowych danych analitycznych.

9. 21.04, godz. 18:00–20:30 – Podstawy cyberbezpieczeństwa

(ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu) – 2,5 godz., prowadzący: Kuba Trojanowski, format: prezentacja

Moduł poświęcony jest bezpieczeństwu w marketingu internetowym. Omawiane są zagrożenia dla kont reklamowych, ochrona danych oraz dobre praktyki cyberbezpieczeństwa.

10. 22.04, godz. 15:00–17:30 – Google Ads cz. 2 – kampania searchowa

(ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu) – 2,5 godz., prowadząca: Agnieszka Szczygieł, format: warsztat praktyczny

Uczestnicy poznają zasady tworzenia kampanii w sieci wyszukiwania. Omawiane są słowa kluczowe, reklamy tekstowe oraz podstawowe ustawienia kampanii.

11. 22.04, godz. 18:00–20:30 – Warsztaty: treści reklamowe z AI

(ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu) – 2,5 godz., prowadząca: Lilianna Trojanowska, format: warsztat praktyczny

Moduł skupia się na wykorzystaniu narzędzi sztucznej inteligencji w tworzeniu treści reklamowych. Uczestnicy uczą się generowania, analizy i modyfikowania komunikatów reklamowych.

12. 23.04, godz. 18:00–20:30 – GTM i GA4 – tworzenie konwersji i ich analiza w marketingu

(ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu) – 2,5 godz., prowadząca: Agnieszka Szczygieł, format: warsztat praktyczny

Uczestnicy poznają zasady definiowania konwersji oraz ich analizy. Moduł obejmuje wykorzystanie danych analitycznych w ocenie skuteczności kampanii reklamowych.

13. 27.04, godz. 15:00–17:30 – Google Ads cz. 3 – kampania Performance Max

(ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu) – 2,5 godz., prowadząca: Agnieszka Szczygieł, format: warsztat praktyczny

Moduł poświęcony jest kampaniom Performance Max oraz zasadom ich działania. Omawiane jest wykorzystanie automatyzacji i zasobów reklamowych w Google Ads.

14. 28.04, godz. 15:00–17:30 – Google Ads cz. 4 – kampania Demand Gen

(ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu) – 2,5 godz., prowadząca: Agnieszka Szczygieł, format: warsztat praktyczny

Uczestnicy poznają kampanie Demand Gen oraz ich zastosowanie w działaniach promocyjnych. Moduł obejmuje formaty reklamowe i rolę kampanii w budowaniu popytu.

15. 28.04, godz. 17:30–18:30 – Google i Meta – duet reklamowy, raporty

(ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu) – 1 godz., prowadząca: Agnieszka Szczygieł, format: warsztat praktyczny

Moduł pokazuje łączenie działań reklamowych prowadzonych w Google Ads i Meta. Uczestnicy uczą się podstaw raportowania oraz interpretacji wyników kampanii.

16. 28.04, godz. 18:30–19:30 – Walidacja – test z wynikiem generowanym automatycznie – 1 godz., prowadzący: Wojciech Rafa,

Walidacja efektów uczenia się odbywa się w formie testu teoretycznego z automatycznie generowanym wynikiem, obejmującego zagadnienia z zakresu reklamy internetowej, analityki oraz cyberbezpieczeństwa.

Walidacja kompetencji odbywa się poprzez test z automatyczną oceną, przeprowadzany na platformie

kursanta: <https://kursy.digiversum.pl/next/public/login>

Każde szkolenie w ramach programu realizowane jest w formie zdalnej w czasie rzeczywistym. Obejmuje ono różnorodne formy pracy, takie jak: ćwiczenia praktyczne, rozmowy na żywo, chaty grupowe, współdzielenie ekranu. Te elementy zapewniają aktywny udział uczestników oraz umożliwiają lepsze przyswojenie materiału.

Szkolenie uwzględnia i obejmuje godziny zegarowe, przerwy nie są uwzględnione w programie szkolenia.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 16

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 16 Wprowadzenie do zawodu, lejek marketingowy, archetypy marki (ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu)	Agnieszka Szczygieł	13-04-2026	15:00	17:30	02:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
2 z 16 Budowanie osoby marki, język korzyści (ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu)	Agnieszka Szczygiel	14-04-2026	15:00	17:30	02:30
3 z 16 Canva (ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu)	Lilianna Trojanowska	14-04-2026	18:00	20:30	02:30
4 z 16 Google Ads cz. 1 – wprowadzenie (ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu)	Agnieszka Szczygiel	15-04-2026	15:00	17:30	02:30
5 z 16 Meta ADS (ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu)	Lilianna Trojanowska	15-04-2026	18:00	20:30	02:30
6 z 16 GTM – wprowadzenie (ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu)	Agnieszka Szczygiel	16-04-2026	15:00	17:30	02:30
7 z 16 Meta (ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu)	Lilianna Trojanowska	16-04-2026	18:00	20:30	02:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
8 z 16 Google Analytics (GA4) – wprowadzenie (ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu)	Agnieszka Szczygieł	21-04-2026	15:00	17:30	02:30
9 z 16 Podstawy cyberbezpieczeństwa (ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu)	KUBA TROJANOWSKI	21-04-2026	18:00	20:30	02:30
10 z 16 Google Ads cz. 2 – kampania searchowa (ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu)	Agnieszka Szczygieł	22-04-2026	15:00	17:30	02:30
11 z 16 Warsztaty: treści reklamowe z AI (ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu)	Lilianna Trojanowska	22-04-2026	18:00	20:30	02:30
12 z 16 GTM i GA4 – tworzenie konwersji i ich analiza w marketingu (ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu)	Agnieszka Szczygieł	23-04-2026	18:00	20:30	02:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
13 z 16 Google Ads cz. 3 – kampania Performance Max (ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu)	Agnieszka Szczygieł	27-04-2026	15:00	17:30	02:30
14 z 16 Google Ads cz. 4 – kampania Demand Gen (ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu)	Agnieszka Szczygieł	28-04-2026	15:00	17:30	02:30
15 z 16 Google i Meta – duet reklamowy, raporty (ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu)	Agnieszka Szczygieł	28-04-2026	17:30	18:30	01:00
16 z 16 Walidacja – test z wynikiem generowanym automatycznie	-	28-04-2026	18:30	19:30	01:00

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	3 330,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	3 330,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	90,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	90,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 3



1 z 3

Agnieszka Szczygieł

Agnieszka Szczygieł - specjalista PPC, kampanii płatnych w Google, Meta, Bing, LinkedIn. Absolwentka kulturoznawstwa i studiów podyplomowych Social Media Manager. Z marketingiem online zawodowo związana od 2018. Fanka analityki internetowej. Trener biznesowy, szkoleniowiec. Twórca programów edukacyjnych.



2 z 3

Lilianna Trojanowska

Ekspert ds. digital marketingu, trenerka kompetencji cyfrowych i kreatywnych Lilianna Trojanowska jest specjalistką w dziedzinie mediów cyfrowych oraz absolwentką studiów podyplomowych na kierunkach Digital Marketing oraz Social Media Manager. Posiada międzynarodowe certyfikaty trenerskie w obszarze content marketingu oraz przedsiębiorczości. Pełni funkcję współwłaściciela w agencji marketingowej Skuteczne Media oraz zewnętrznego dyrektora marketingu dla czołowych marek osobistych w Polsce. Jest autorką uznanych programów szkoleniowych z zakresu kompetencji cyfrowych, które łączą teorię z praktycznymi umiejętnościami niezbędnymi w cyfrowym świecie. Jej wszechstronne wykształcenie i doświadczenie zawodowe sprawiają, że jest cenioną trenerką i mentorką w obszarze marketingu i kreatywności. trojanowska.lilianna@gmail.com



3 z 3

KUBA TROJANOWSKI

Kuba Trojanowski to specjalista w dziedzinie cyberbezpieczeństwa współtwórca agencji Skuteczne Media tworzy innowacyjne systemy w obszarach edukacji. Absolwent kierunków: Cyberbezpieczeństwo, Sztuczna Inteligencja, Zarządzanie Palcówkami Pedagogicznymi. Jego kursy skupiają się na praktycznych rozwiązaniach i realnych wyzwaniach, pomagając uczestnikom rozwijać kluczowe kompetencje cyfrowe. (W opisie zostały uwzględnione kompetencje nie starsze niż 5 lat) kuba@chmura.ai

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Kurs skierowany do uczestników projektu Kierunek-Rozwój, Małopolski Pociąg do Kariery, Nowy start w Małopolsce z EURESEM, Zawodowa Reaktywacja, Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe, Małopolskie Bony Szkoleniowe, Usługa rozwojowa adresowana również dla Uczestników projektu Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe i inne.

Zawarto umowę z WUP w Toruniu w ramach Projektu Kierunek – Rozwój

Aktualna umowa zawarta z Wojewódzkim Urzędem Pracy w Krakowie.

Aktualna umowa zawarta z Wojewódzkim Urzędem Pracy w Szczecinie

Zawarto umowę z Wojewódzkim Urzędem Pracy w Szczecinie na świadczenie usług rozwojowych z wykorzystaniem elektronicznych bonów szkoleniowych w ramach projektu Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe

Usługa jest zwolniona z VAT. Zwolnienie ze względu na rodzaj prowadzonej działalności (art. 43 ust 1 ustawy o VAT)

Warunki uczestnictwa

Uczestnikiem usługi może być osoba dorosła posiadająca podstawową umiejętność obsługi komputera oraz korzystania z internetu. Udział w szkoleniu nie wymaga wcześniejszego doświadczenia w prowadzeniu kampanii reklamowych. Warunkiem ukończenia usługi jest **udział w co najmniej 80% zajęć** oraz uzyskanie pozytywnego wyniku z walidacji końcowej w formie testu teoretycznego z wynikiem generowanym automatycznie, przy czym **wartość uzyskanego wyniku musi przekroczyć 51%**. **Podczas zajęć obowiązkowe jest posiadanie włączonej kamery oraz dostępu do mikrofonu.**

Warunki techniczne

Uczestnik powinien dysponować komputerem lub laptopem z aktualnym systemem operacyjnym oraz dostępem do stabilnego łącza internetowego umożliwiającego udział w szkoleniu zdalnym w czasie rzeczywistym. Rekomendowana minimalna prędkość łącza internetowego wynosi co najmniej 10 Mb/s (download) oraz 2 Mb/s (upload). Wymagane jest posiadanie sprawnej kamery internetowej oraz mikrofonu. Niezbędne jest założenie i posiadanie aktywnego konta poczty **Gmail**, dostępu do narzędzia **Canva**, posiadanie konta w serwisie **Facebook** oraz dostępu do narzędzia **ChatGPT** – narzędzia te dostępne są w wersjach bezpłatnych i nie wymagają ponoszenia dodatkowych kosztów. Zajęcia realizowane są z wykorzystaniem platformy **ClickMeeting**, która **umożliwia automatyczną rejestrację obecności uczestników w czasie rzeczywistym**, a także rozmowę głosową, czat oraz współdzielenie ekranu.

Kontakt



Lilianna Trojanowska

E-mail sekretariat@chmura.ai

Telefon (+48) 451 530 215