



SEM - Planowanie działań marketingowych z wykorzystaniem marketingu w wyszukiwarce - szkolenie

Numer usługi 2026/01/27/161607/3287431

2 214,00 PLN brutto
1 800,00 PLN netto
201,27 PLN brutto/h
163,64 PLN netto/h

Interactive

Advertising Institute
Sp. z o.o.

★★★★★ 4,6 / 5

87 ocen

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 11 h

📅 08.06.2026 do 09.06.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

- marketerzy i specjaliści ds. marketingu, którzy zaczynają swoją przygodę z SEM i chcą samodzielnie prowadzić kampanie reklamowe z wykorzystaniem możliwości Google Ads
- osoby odpowiedzialne w firmie (organizacji) za współpracę z firmami zewnętrznymi, które chcą nauczyć się lepiej weryfikować i analizować prowadzone działania
- przedsiębiorcy prowadzący na własną rękę różne działania sprzedażowo - marketingowe, którzy chcą tworzyć lepsze kampanie z wykorzystaniem narzędzi Google
- osoby rozpoczynające swoją przygodę z digital marketingiem i nie mający wcześniej doświadczenia z kampaniami reklamowymi w wyszukiwarce i sieci Google

Pracownicy sektora KM, chcący włączyć do swoich zadań zawodowych kompetencje z zakresu marketingu SEM.

Usługa jest również adresowana do uczestników projektów:

- Kierunek Kariera Zawodowa,
- Kierunek – Rozwój,
- Małopolski pociąg do kariery
- oraz pozostałych projektów i osób indywidualnych.

Minimalna liczba uczestników

4

Maksymalna liczba uczestników

15

Data zakończenia rekrutacji

03-06-2026

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje do samodzielnego planowania i zarządzania działaniami SEM z wykorzystaniem Google Ads, w zakresie planowania, projektowania, tworzenia i optymalizacji kampanii w wyszukiwarce, sieci reklamowej (GDN) oraz reklam wideo na YouTube.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

| Efekty uczenia się | Kryteria weryfikacji | Metoda walidacji |
|---|---|---|
| Posługuje się wiedza z zakresu planowania i zarządzania działaniami SEM z wykorzystaniem Google Ads | Charakteryzuje typy zachowań użytkowników i mechanizmów wyszukiwawczych i formułuje zalecenia dotyczące działań marketingowych z wykorzystaniem wyszukiwarek internetowych. | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
| | Definiuje pojęcia z zakresu SEO (Search Engine Optimization) oraz wskazuje elementy stron internetowych mogące podlegać optymalizacji. | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
| | Interpretuje pozyskane dane oraz sugeruje działania w celu poprawy pozycji strony oraz jej zoptymalizowania pod kątem wyszukiwarki Google. | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |

| Efekty uczenia się | Kryteria weryfikacji | Metoda walidacji |
|---|---|---|
| <p>Posługuje się umiejętnościami planowania działaniami SEM z wykorzystaniem Google Ads</p> | <p>Samodzielnie stosuje działania marketingowe z wykorzystaniem wyszukiwarek internetowych i sieci reklamowych.</p> | <p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p> |
| | <p>Posługuje się systemami reklamy w wyszukiwarkach internetowych (np. GoogleAds) oraz systemami analityki internetowej (np. Google Analytics).</p> <p>Przeprowadza analizę danych dotyczących działań i ruchu użytkowników i optymalizuje budżet kampanii pod kątem efektywności.</p> | <p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p> <p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p> |
| | <p>Dobiera narzędzia wykorzystywane w SEO adekwatnie do potrzeb działań marketingowych i zgodnie z zastosowaniem konkretnego oprogramowania.</p> | <p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p> |
| | <p>Projektuje strategie PPC i SEO oraz stosuje najnowsze trendy w marketingu internetowym.</p> <p>Samodzielnie przeprowadza wstępny audyt SEO z wykorzystaniem adekwatnych narzędzi, w tym: analizujących pozycję strony w wyszukiwarce Google, strukturę linkowania i wydajność strony (np. szybkość ładowania), profil linków, widoczność, konkurencję. Analiza dotyczy czynników on-page i off-page.</p> | <p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p> <p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p> |
| | <p>KOMPETENCJE SPOŁECZNE: Rozwija zdolności analityczne i strategicznego myślenia oraz umiejętności komunikacyjne</p> | <p>opanuje kompetencję współpracy przy tworzeniu strategii i analizy rynkowej oraz zdolność do prezentacji i uzasadniania swoich wniosków</p> |

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 - Wstęp do SEO + SEM

Moduł 1: SEO & GEO - 2 h (60 min teoria, 60 min praktyka)

- SEO – parametry on-site i off-site, content, page authority
- optymalizacja On-Site
- content w działaniach SEO
- zasady linkbuildingu w służbie SEO
- GEO czyli optymalizacja tekstów i stron www pod AI (ChatGPT i Gemini)
- SEO & GEO Copywriting

Moduł 2: SEM - 2 h (teoria 50 min, praktyka 1 h 10 min)

- wstęp do SEM - różnica między SEO a PPC
- planowanie kampanii SEM - analiza konkurencji, potencjału fraz kluczowych, research tematów
- założenie konta Google i posługiwanie się interfacem Google Ads
- zapoznanie ze strukturą konta i mechanizmem funkcjonowania reklam tekstowych, produktowych, graficznych i video
- poznanie typów i celów kampanii

Dzień 2 - Google Ads

Moduł 1: Google Ads - 2 h (60 min teoria, 60 min praktyka)

- warsztaty dot. opracowania strategii kampanii Google Ads
- przegląd możliwości targetowych Google Ads
- konwersje - tworzenie zdarzeń konwersji na potrzeby kampanii
- remarketing - zapoznanie z opcjami remarketingu możliwymi do wykorzystania w Google Ads
- połączenie Google Ads z Google Analytics
- warsztaty z pracy z danymi - analiza danych, parametrów, wyciąganie wniosków, optymalizacja kampanii

Moduł 2: Kampanie Google Ads - 2 h (praktyka)

- CHAT GPT jako narzędzie pomocne w tworzeniu kampanii Google Ads
- tworzenie kampanii Google Ads w search - warsztaty krok po kroku

Walidacja - test z wynikiem generowanym automatycznie (15 min)

Uczestnicy poznają przykłady prawidłowych i nieprawidłowych działań w zakresie marketingu SEM wraz z omówieniem ich skuteczności i efektywności,

Warunki niezbędne do spełnienia przez uczestników usługi, aby realizacja usługi pozwoliła na osiągnięcie głównego celu: usługa/szkolenie nie wymaga od uczestników znajomości tematu z obszaru e-marketingu/SEM, aktywność na zajęciach, minimalny poziom frekwencji - 100%.

Godzina szkoleniowa = 45 min.

Trener dostosowuje przerwy do potrzeb uczestników (max. 10 min.) i odpowiednio wydłuża zajęcia. Przerwy nie są uwzględnione w harmonogramie.

Weryfikacja następuje na podstawie prac zrealizowanych przez uczestników w trakcie szkolenia oraz ćwiczeń praktycznych. Obejmują one poniższe tematy:

- opracowanie strategii kampanii SEM;
- wykonanie analizy konkurentów promujących się w wyszukiwarce Google.pl
- praca z narzędziami: Google Trends, Ahrefs, SEMSTORM, Senuto, Whitepress
- interpretacja wyników analizy Lighthouse / Pagespeed
- analiza parametrów SEO strony internetowej
- tworzenie kampanii Google Ads
- praca z narzędziem analitycznym Google Analytics 4

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 5

| Przedmiot / temat zajęć | Prowadzący | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|--|-------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| 1 z 5 SEO & GEO (ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu) | Bartosz Paczyński | 08-06-2026 | 10:00 | 12:00 | 02:00 |
| 2 z 5 SEM (ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu) | Bartosz Paczyński | 08-06-2026 | 12:00 | 14:00 | 02:00 |
| 3 z 5 Google Ads (ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu) | Bartosz Paczyński | 09-06-2026 | 10:00 | 12:00 | 02:00 |

| Przedmiot / temat zajęć | Prowadzący | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|--|-------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| 4 z 5 Kampanie Google Ads (ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu) | Bartosz Paczyński | 09-06-2026 | 12:00 | 14:00 | 02:00 |
| 5 z 5 Walidacja - test | - | 09-06-2026 | 14:00 | 14:15 | 00:15 |

Cennik

Cennik

| Rodzaj ceny | Cena |
|---|--------------|
| Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto | 2 214,00 PLN |
| Koszt przypadający na 1 uczestnika netto | 1 800,00 PLN |
| Koszt osobogodziny brutto | 201,27 PLN |
| Koszt osobogodziny netto | 163,64 PLN |

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Bartosz Paczyński

Trener, konsultant i strateg z zakresu e-marketingu i e-biznesu. Od 2008 roku w branży digital marketingu. Właściciel agencji marketingowej Content Hero. Wykładowca akademicki na Akademii Leona Koźmińskiego. Certyfikowany Partner Google. Łącznie przeprowadził szkolenia na ponad 500 godzin szkoleniowych z tematyki SEM i e-marketingu. Ukończył studia wyższe na kierunku politologia Uniwersytet SWPS. Pracował m.in. dla Manpower Group, Dassault Systemes, Bureau Veritas Polska, Reiffeisen Bank Polska, 99 Rent, BNP Paribas, Centrum Nauki Kopernik, Axel Springer Polska, Calypso Fitness, Uniwersytet Warszawski, Ministerstwo Finansów, Europejskie Centrum Konsumenckie, Almatour i wielu innych. Ostatnie 5 lat aktywnie działa w branży marketingowej.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymują:

- materiały autorskie, opracowane przez trenera, udostępniane uczestnikom drogą online, w formacie pdf.
- prezentację materiałów z internetu (serwisy www, infografiki, materiały multimedialne, filmy)
- bazę wiedzy: linki do serwisów i portali
- case study (najciekawsze przykłady z doświadczenia szkoleniowca)
- linki do publikacji branżowych IAB Polska

Zalecana lektura:

Publikacje dostępne na stronie IAB Polska:

<https://www.iab.org.pl/baza-wiedzy/poradnik-internetowego-reklamodawcy-edycja-iv/>

<https://www.iab.org.pl/baza-wiedzy/typ-dokumentu/standardy-i-dobre-praktyki/zbior-dobrych-praktyk-sem-2021/>

<https://www.iab.org.pl/baza-wiedzy/barometr-sem-2019-raport-z-badania-2/>

<https://www.iab.org.pl/baza-wiedzy/casebook-13-case-studies-sem/>

- Krzysztof Marzec, Tomasz Trzósło - **Marketing internetowy w Google. Pozycjonowanie, Ads & Analytics dla biznesu, e-commerce, marketerów** (Wydawnictwo Onepress, ISBN: 978-83-283-6525-4)
- Krzysztof Marzec, Tomasz Trzósło - **AdWords i Analytics. Zostań certyfikowanym specjalistą** (Wydawnictwo Naukowe PWN, ISBN: 978-83-01-18960-0)
- Martyna Zastrożna - **Google Analytics dla marketingowców. Wydanie III lub II** (Wydawnictwo Onepress, ISBN: 978-83-283-8375-3 lub 978-83-246-8100-6)
- Martyna Zastrożna - **Google Analytics w biznesie. Poradnik dla zaawansowanych** (Wydawnictwo Onepress, ISBN: 978-83-283-8374-6 lub 978-83-246-9500-3)
- Publikacja zbiorowa - **Biblia e-biznesu 3.0** (Wydawnictwo Onepress, ISBN: 978-83-283-7446-1)
- Sławomir Czajkowski - **SEO Playbook** (ISBN: 9788395449208)
- Eric Enge, Stephan Spencer, Jessie Stricchiola - **The Art of SEO, 3rd Edition** (Wydawnictwo O'Reilly Media, ISBN: 9781491948965)

Warunki uczestnictwa

Przed zapisaniem się proszę o kontakt szkolenia@dimaq.eu w celu potwierdzenia terminu i dostępności miejsc dla Uczestników.

Warunkiem uczestnictwa z dofinansowaniem jest rejestracja i założenie konta w BUR, dokonanie zapisu na szkolenie za pośrednictwem BUR oraz spełnienie wszystkich warunków określonych przez Operatora.

Informacje dodatkowe

Usługa szkoleniowa (nie dotyczy doradztwa) jest zwolniona z podatku VAT w przypadku, kiedy przedsiębiorstwo zwolnione jest z podatku VAT lub dofinansowanie wynosi co najmniej 70%. W innej sytuacji do ceny netto doliczany jest podatek VAT w wysokości 23%.

Zapraszamy na inne szkolenia z e-marketingu, dostępne na stronie: <https://dimaq.pl/akademia-dimaq/>. Szkolenie może być również zorganizowane w formie szkolenia zamkniętego - na potrzeby konkretnego przedsiębiorstwa.

Warunki techniczne

Szkolenie będzie dostępne na platformie Zoom, Teams. Każdy z uczestników dostanie link do szkolenia.

Minimalne wymagania sprzętowe, jakie musi spełniać komputer Uczestnika lub inne urządzenie do zdalnej komunikacji - system operacyjnych Windows, macOS i Linux, zalecany: procesor dwurdzeniowy o taktowaniu co najmniej 2 Ghz (Intel i3/i5/i7 lub ekwiwalent AMD), pamięć RAM - 4 Gb

Minimalne wymagania dotyczące parametrów łącza sieciowego, jakim musi dysponować Uczestnik: dla audio 256 kb/s, Video w wersji HD – 4Mb/s – to są parametry górne graniczne.

System dopasowuje się do łącza i działa na każdych dostępnych parametrach.

Wymagane kamera i mikrofon.

Link umożliwiający uczestnictwo w spotkaniu on-line będzie aktywny przez cały okres trwania kursu

Podstawą do rozliczenia usługi jest wygenerowanie z systemu raportu, umożliwiającego identyfikację wszystkich uczestników oraz zastosowanego narzędzia.

Kontakt



PATRYCJA DĄBEK

E-mail p.dabek@dimaq.eu

Telefon (+48) 504 451 512