



Programmatic - programowanie zakupu powierzchni reklamowych - szkolenie

Numer usługi 2026/01/28/161607/3291525

2 214,00 PLN brutto
1 800,00 PLN netto
184,50 PLN brutto/h
150,00 PLN netto/h

Interactive

Advertising Institute
Sp. z o.o.

★★★★★ 4,6 / 5

78 ocen

📍 Warszawa / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 12 h

📅 11.06.2026 do 11.06.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Szkolenie „Programmatic” jest adresowane do osób, które:

- potrzebują kompleksowego utrwalenia wiedzy w programmatic,
- rozpoczynają pracę w działach marketingu internetowego specjalizującego się w programmatic,
- dotychczas pracowały w marketingu tradycyjnym i przechodzą do działów digitalowych lub rozszerzają zakres swoich obowiązków o programmatic,
- chcą potwierdzić swoje kompetencje,
- posiadają certyfikat DIMAQ i chcą zgłębić wiedzę z modułu programmatic.

Usługa jest również adresowana do uczestników projektów:

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

Minimalna liczba uczestników

4

Maksymalna liczba uczestników

15

Data zakończenia rekrutacji

10-06-2026

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

12

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje do wykorzystania zasad, możliwości programmatycznego zakupu powierzchni reklamowych, analizy danych i raportowania wyników.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
posługuje się wiedzą z zakresu programmatycznego zakupu reklamy	rozdóżnia typy powierzchni reklamowych, sposoby i modele ich zakupu oraz podaży i rodzaje platform zakupowych.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	posługuje się różnymi rodzajami danych w programmatic i integruje różne ich źródła.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
posługuje się umiejętnościami z zakresu programmatycznego zakupu reklamy	dobiera rodzaj kampanii do założonych celów oraz przygotowuje kreacje, listy użytkowników, LP	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	tworzy piksele traktujące na platformie zakupowej.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	generuje raporty, analizuje i interpretuje pozyskane informacje w odniesieniu do zakładanych celów kampanii.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	posługuje się wybranym narzędziem i oprogramowaniem,	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	monitoruje przebieg działań marketingowych i sugeruje zmiany w parametrach, mających największy wpływ na optymalizację efektywności kampanii.	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

Wprowadzenie do ekosystemu programmatic - 1 h 30 min (teoria)

- Ekosystem programmatic – SSP, DSP, DMP
- Różnice w zakupie reklamy – programmatic vs direct
- Modele zakupu powierzchni – programmatic direct vs open market
- Różnice w podaży powierzchni reklamowej – waterfall vs header bidding

Możliwości programmatic - 55 min (teoria)

- Rodzaje danych w programmatic – 1st, 2nd, 3rd, integracja różnych źródeł danych
- Kryteria targetowania w programmatic (w tym BRAND SAFETY i Viewability)
- Rodzaje kampanii w programmatic – branding i performance
- Rodzaje kreacji → Video, display: standardowe, richmedia, dynamiczne

Zakup powierzchni - 1 h 20 min (praktyka)

- Przygotowanie do zakupu: wybór platformy DSP
- Przygotowanie kreacji, list użytkowników, LP, pixeli śledzących
- Raportowanie w programmatic + na jakie parametry zwracać uwagę na poszczególnych etapach funnelu
- Cross device w ramach programmatic

Warsztat 1 - Wprowadzenie do platformy DSP na przykładzie DoubleClick - 2 h 50 min (praktyka)

- Omówienie podstawowych modułów platformy.
- Tworzenie pixeli trackujących.
- Dodawanie kreacji.
- Ustawianie przykładowej kampanii

Warsztat 2 - Tworzenie, realizacja i raportowanie kampanii Display/Video/YouTube w DSP DBM - 1 h 45 min (praktyka)

- Display
- Video
- YouTube
- Native

Walidacja test - 10 min

W trakcie szkolenia uczestnicy poznają przykłady prawidłowych i nieprawidłowych działań w zakresie programmatic 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, aktywność na zajęciach, minimalny poziom frekwencji - 80%.

Rozliczeniu podlegają godziny dydaktyczne (45 min)

Przerwy uwzględnione są w harmonogramie szkolenia. Przerwy są wliczone w czas trwania usługi.

Jeśli z różnych przyczyn, np. ze względu na potrzeby uczestników, zostanie wydłużony czas trwania przerw to o ten czas, jeśli zajdzie taka potrzeba, zostanie wydłużony czas trwania szkolenia.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 10

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 10 Wprowadzenie do ekosystemu programmatic - teoria	Aleksander Chim	11-06-2026	09:00	10:30	01:30
2 z 10 Przerwa	Aleksander Chim	11-06-2026	10:30	10:35	00:05
3 z 10 Możliwości programmatic - praktyka	Aleksander Chim	11-06-2026	10:35	11:30	00:55
4 z 10 Zakup powierzchni - praktyka	Aleksander Chim	11-06-2026	11:30	12:30	01:00
5 z 10 Przerwa	Aleksander Chim	11-06-2026	12:30	12:50	00:20
6 z 10 Zakup powierzchni - praktyka	Aleksander Chim	11-06-2026	12:50	13:10	00:20
7 z 10 Warsztat 1 -Wprowadzenie do platformy DSP na przykładzie DoubleClick - praktyka	Aleksander Chim	11-06-2026	13:10	16:00	02:50
8 z 10 przerwa	Aleksander Chim	11-06-2026	16:00	16:05	00:05
9 z 10 Warsztat 2 -Tworzenie, realizacji i raportowanie kampanii Display/Video/YouTube w DSP DBM - praktyka	Aleksander Chim	11-06-2026	16:05	17:50	01:45
10 z 10 walidacja	-	11-06-2026	17:50	18:00	00:10

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	184,50 PLN
Koszt osobogodziny netto	150,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Aleksander Chim

Programmatic Director w agencji MarTech & e-commerce SalesTube, certyfikowany trener Google Marketing Platform. Od 2015 roku współtworzy i implementuje strategie digitalowe dla największych marek z kategorii FMCG oraz Retail. Posiada doświadczenie agencyjne zarówno po stronie specjalistycznej jak i client service. Specjalizuje się w technologiach takich jak: Adform, DV360, Teads Ad Manager. Trener szkoleń z e-marketingu, programmatica - na sali szkoleniowej spędził ponad 100 godzin. Ostatnie 5 lat aktywnie działa w branży marketingowej.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymują:

- materiały autorskie, opracowane przez wykładowców-praktyków, udostępniane uczestnikom drogą online
- 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

Po szkoleniu uczestnicy otrzymają w formie elektronicznej zaświadczenie o ukończeniu szkolenia (pod warunkiem min. 80% frekwencji).

Warunki uczestnictwa

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

Warunkiem uczestnictwa 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: www.dimaq.pl. Szkolenie może być również zorganizowane w formie szkolenia zamkniętego - na potrzeby konkretnego przedsiębiorstwa.

Zawarto umowę z Wojewódzki Urząd Pracy w Szczecinie na świadczenie usług rozwojowych z wykorzystaniem elektronicznych bonów szkoleniowych w ramach projektu Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe.

Adres

ul. Puławska 39/77

02-508 Warszawa

woj. mazowieckie

Zapewniamy sprzęt komputerowy z dostępem do Internetu wraz z zainstalowaną przeglądarką internetową oraz dostępem do narzędzi wykorzystywanych w realizacji programmatic, zapewniających możliwość uzyskania wskazanych efektów uczenia się.

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



PATRYCJA DĄBEK

E-mail p.dabek@dimaq.eu

Telefon (+48) 504 451 512