



DIGITAL BRAND
MAGDALENA
GŁOMSKA

★★★★★ 4,6 / 5

2 031 ocen

**Szkolenie Marketing internetowy:
Facebook, Instagram/Threads oraz TikTok
z elementami AI. Videomarketing - rolki.
Canva. System reklamowy Meta Advance.
E-COMMERCE + SEO -optymalizacja pod
wyszukiwarki. 6 dni [Bony Rozwojowe]**

Numer usługi 2026/02/05/118911/3310415

📄 Usługa szkoleniowa

📄 zdalna w czasie rzeczywistym

🕒 48:00 h

📅 03.08.2026 do 18.08.2026

4 320,00 PLN brutto

4 320,00 PLN netto

90,00 PLN brutto/h

90,00 PLN netto/h

250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

| | |
|--------------------------------------|---|
| Kategoria | Biznes / Marketing |
| Identyfikatory projektów | Kierunek - Rozwój, Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe, Małopolski Pociąg do kariery |
| Grupa docelowa usługi | <p>Szkolenie skierowane jest do :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jednoosobowych działalności gospodarczych • Przedsiębiorstw, korporacji i dużych firm - prezesów i właścicieli • Specjalistów SEO / SEM • Osób chcących podnieść swoje kompetencje marketingowe • Osób zarządzających działami - dyrektorów, menedżerów i kierowników • Zespołów sprzedażowych i marketingowych - projekt managerów • Wyszczególnionych działów w obrębie danej firmy - specjalistów ds. marketingu, PR, e-commerce • Instytucji i organizacji pozarządowych (NGO), fundacji, non-profit, spółdzielni, podmiotów społecznych itd. • 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 | 01-08-2026 |

| | |
|--|---|
| Forma prowadzenia usługi | zdalna w czasie rzeczywistym |
| Liczba godzin usługi | 48 |
| Podstawa uzyskania wpisu do BUR | Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0 |

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje do samodzielnego budowania wizerunku marki oraz zwiększania sprzedaży w sieci za pomocą narzędzi marketingowych takich jak Facebook, Instagram, TikTok oraz do wykorzystania różnych metod promocji firmy w sieci, za pomocą zarówno płatnych form reklamy jak i narzędzi bezpłatnych. Usługa przygotowuje do samodzielnego budowania widoczności w sieci za pomocą SEO oraz jej optymalizacji pod wyszukiwarki.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

| Efekty uczenia się | Kryteria weryfikacji | Metoda walidacji |
|--------------------------------|--|---|
| Planuje właściwe strategię SEO | Ocenia 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 | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
| | Definiuje kroki umożliwiające skuteczną strategię pozyskiwania klientów z Google | Analiza dowodów i deklaracji |
| | Definiuje zasady indeksowania strony przez Google | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
| Używa sztucznej inteligencji (AI) w kontekście SEO Tworzy krótki i długie filmy bezpośrednio z aplikacji Instagram i TikTok | 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 |
| | 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 z wynikiem generowanym automatycznie |
| | 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 |

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.

Liczba godzin praktycznych: 38h

Liczba godzin teoretycznych: 11,5h

DZIEŃ I

Test walidacyjny generowany automatycznie. (pre-test).

I Blok - Charakterystyka nowoczesnych narzędzi cyfrowych w budowaniu marketingu mix - teoria

- Analiza konta na Facebooku
- Najważniejsze ustawienia i ukryte, a wartościowe funkcje Fanpage'a.

II Blok - Strategia komunikacji - teoria + praktyka

- Planowanie postów na FB i IG
- Narzędzia copywrittera
- Content marketing i Media Plan przy wsparciu sztucznej inteligencji AI – jak pisać by nas czytali
- Ustalenie kim jest Twój odbiorca i czego oczekuje
- Konkursy - jak je legalnie tworzyć, o czy warto pamiętać i jak angażować odbiorców

III Blok - Identyfikacja marki z wykorzystaniem programu Canva - teoria

- Podstawy Canvy -omówienie programu
- Najlepsze formaty grafik na FB, Instagrama
- Najlepsze formaty na reklamę

IV Blok - Canva - forma statyczna i dynamiczna- praktyka

- Tworzenie podstaw identyfikacji graficznej - logo, infografika, dobór kolorystki i fontów

DZIEŃ II

I Blok - Konfiguracja Business Menedżera - teoria+ praktyka

II Blok - Grupy odbiorców (Audience Insights)- teoria + praktyka

- Analiza i tworzenie grup docelowych
- Grupowanie zainteresowań
- Jakie grupy dają najlepsze efekty

III Blok - Menedżer reklam - teoria+ praktyka

- Konfiguracja konta.
- Jak nie zablokować konta reklamowego i czym to grozi – treści zakazane
- Dlaczego nie przez „Promuj post”?
- Jakie koszty reklam osiągać?

Najważniejsze cele reklam:

- Jak pozyskać nowych klientów.
- Jak zwiększać zaangażowanie na fanpage.
- Jak zwiększyć liczbę zapytań w Messengerze.
- Jak kierować fanów na stronę internetową.

IV Blok - Tworzenie reklam - Teksty i formaty reklamowe - praktyka

I część - Konfiguracja niestandardowych formatów reklam

- Kolekcja
- Formularz kontaktowy

- Post na dzień dobry
- Posty reklamowe na stronie

II część – Meta Advance - techniki zaawansowane - teoria+ praktyka

- Remarketing
- Piksel Facebooka
- Zdarzenia niestandardowe
- Analiza wyników kampanii
- Jak podglądać reklamy konkurencji
- Optymalizacja reklam
- Wykluczenia
- **Zmiany algorytmów w systemie Meta w 2026**
- **Sztuczna inteligencja w Meta Business – „Advantage+” - kiedy korzystać, a kiedy nie**

DZIEŃ III

I Blok – Eksperckie Sztuczki Instagrama - teoria + praktyka

- Przedstawienie Instagrama: Funkcje, różnice, cele
- Najważniejsze kamienie milowe: Stories, Reels, zakupy bezpośrednio z aplikacji
- Analiza profili

II Blok – Zwiększanie wizerunku na Instagramie - praktyka

- Hashtagi w nich siła. Jak działają hashtagi w 2026 roku?
- Jak zwiększać organicznie zasięgi
- Triki na Instagramie w podziale na: relacje, posty i rolki

III Blok – Instagram rolki- praktyka

- Trendy muzyczne na Instagramie, pomysły na ciekawą rolę.
- Najważniejsze ustawienia telefonów: Filtry, układ, siatka, nakładki i kategorie.
- Opis na rolkach
- Aplikacje do tworzenia rolek Mojo

IV Blok – Influencer Marketing na Instagramie- teoria

- Dlaczego współpraca z influencerami jest skuteczna?
- Dobór odpowiednich influencerów

DZIEŃ IV

I Blok - Dlaczego TikTok?-Profil prywatny, firmowy + system reklamowy – teoria

- Dlaczego TikTok?
- Statystki na TikToku. Nasza grupa docelowa.
- Co nagrywać na TikToku? Pomysł na content. Case study .
- Język TikToka. Najważniejsze pojęcia
- Jak działają Algorytmy na TikToku?

Tworzymy profil prywatny i firmowy. Oświetlenie i sprzęt

- Profil prywatny, a profil biznesowy.
- Jak zmiana profilu wpływa na algorytm?
- Sposoby na duże zasięgi. SEO.
- TikTok Tips
- Wykorzystywanie słów kluczowych w opisach i hashtagach.
- Optymalizacja profilu: jak stworzyć biogram, który pomoże w lepszym pozycjonowaniu?
- Dont make ads. Make TikToks.

II Blok - TikTok rolki - tworzymy efektowne nagrania w aplikacji – praktyka

- Trendy muzyczne na TikToku
- Muzyka tworzy emocje i buduje kontekst – wybór odpowiedniego dźwięku wpływa na odbiór treści
- Korzystanie z funkcji „Popularne dźwięki” w aplikacji

- Przeglądanie zakładki „Dźwięki” – sekcje „Trendujące” i „Dla Ciebie”
- Najważniejsze ustawienia: Przejścia, tekst, nakładki TikToka

III Blok - CapCut – aplikacja do tworzenia rolek - praktyka

- CapCut – podstawowe i nieoczywiste funkcje
- Praca ze zdjęciami – jak przerobić zdjęcie w animację
- Wyodrębnianie/dodawanie dźwięku
- Dodawanie Lektora
- Przykład w pełni zmontowanego materiału- ćwiczenia

IV Blok - Wykorzystanie AI do tworzenia contentu na TikToku - praktyka

- TikTok Creative Center
- Tworzenie złożonych scenariuszy
- Układanie promptów

DZIEŃ V

BLOK I – Nasz własny sklep internetowy – praktyki na 2026 - teoria

- Z czego składa się dobry sklep internetowy: kategoria, produkt, checkout, mail,
- Jak zaprojektować i zoptymalizować skuteczną stronę produktową?
- Audyt stron sprzedażowych.

BLOK II – Customer journey map w praktyce – identyfikacja touchpointów i projektowanie ścieżki zakupowej klienta - teoria

- Strategia STP – segmentacja, targetowanie i pozycjonowanie online w praktyce
- Strategia ustalania cen, modele płatności.
- Modele wysyłki, magazyn, logistyka i śledzenie przesyłek.
- Porzucone koszyki – przyczyny i metody ich ratowania.
- **Automatyzacja procesów pozakupowych z wykorzystaniem sztucznej inteligencji**

BLOK III – Planowanie kampanii sprzedażowych online – działania direct response i generowanie leadów w praktyce.

- Jak skłaniać potencjalnych klientów do pozostawienia danych teleadresowych wraz ze zgodą na kontakt handlowy i marketingowy?

BLOK IV – Przedstawienie i omówienie najważniejszych czynników wpływających na pozycję.

- Najważniejsze czynniki wpływające na pozycję w Google – wstęp
- Optymalna budowa adresów stron oraz linki
- Sekcja head

DZIEŃ VI

BLOK I – Czynniki wpływające na pozycję w Google - teoria

- Działanie wyszukiwarki – wpływ sztucznej inteligencji na wyniki: personalizacja i hiper-personalizacja
- Roboty, wyszukiwarki, data center, boty AI

BLOK II – SEO Copywriting: warsztaty oraz link building – teoria + praktyka

- SEO Copywriting – jak pisać teksty przyjazne wyszukiwarkom?
- Pisanie tekstów z wykorzystaniem słów kluczowych
- Wykorzystywanie sztucznej inteligencji do tworzenia tekstów
- Sprawdzanie statusów „Ai generated” vs „Human writing”

BLOK III – Narzędzia SEO - teoria

- Profesjonalna analiza stron za pomocą dostępnych narzędzi
- Analiza konkurencji
- Automatyczne raporty SEO vs Profesjonalne Audyty SEO

BLOK IV – Zaplecza i przyszłość SEO - teoria

- Wszystko o zapleczach SEO
- Znaczenie hostingu w budowie zaplecza SEO
- Jak budować efektywne zaplecza

- Linkowanie mające negatywny wpływ na pozycję
- Najnowsze zmiany w algorytmach Google: sztuczna inteligencja SGE

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 wskazaniem do dalszego rozwoju.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 38

| Przedmiot / temat | Prowadzący | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|--|-------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| 1 z 38 Test walidacyjny generowany automatycznie. (pre-test w ramach walidacji) | - | 03-08-2026 | 08:30 | 08:45 | 00:15 |
| 2 z 38 I Blok - Charakterystyka nowoczesnych narzędzi cyfrowych w budowaniu marketingu mix - teoria | MAGDALENA GŁOMSKA | 03-08-2026 | 08:34 | 10:00 | 01:26 |
| 3 z 38 Przerwa 30 minut | MAGDALENA GŁOMSKA | 03-08-2026 | 10:00 | 10:30 | 00:30 |
| 4 z 38 II Blok - Strategia komunikacji - teoria + praktyka | MAGDALENA GŁOMSKA | 03-08-2026 | 10:30 | 12:00 | 01:30 |
| 5 z 38 Przerwa 15 minut | MAGDALENA GŁOMSKA | 03-08-2026 | 12:00 | 12:15 | 00:15 |
| 6 z 38 III Blok - Identyfikacja marki z wykorzystaniem programu Canva - teoria | MAGDALENA GŁOMSKA | 03-08-2026 | 12:15 | 13:45 | 01:30 |

| Przedmiot / temat | Prowadzący | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|---|-----------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| 7 z 38 IV Blok - Canva - forma statyczna i dynamiczna- praktyka | MAGDALENA GŁOMSKA | 03-08-2026 | 13:45 | 15:15 | 01:30 |
| 8 z 38 I Blok - Konfiguracja Business Menedżera - teoria+ praktyka | MAGDALENA GŁOMSKA | 04-08-2026 | 08:30 | 10:00 | 01:30 |
| 9 z 38 Przerwa 30 minut | MAGDALENA GŁOMSKA | 04-08-2026 | 10:00 | 10:30 | 00:30 |
| 10 z 38 II Blok - Grupy odbiorców (Audience Insights)- teoria + praktyka | MAGDALENA GŁOMSKA | 04-08-2026 | 10:30 | 12:00 | 01:30 |
| 11 z 38 Przerwa 15 minut | MAGDALENA GŁOMSKA | 04-08-2026 | 12:00 | 12:15 | 00:15 |
| 12 z 38 III Blok - Menedżer reklam - teoria+ praktyka | MAGDALENA GŁOMSKA | 04-08-2026 | 12:15 | 13:45 | 01:30 |
| 13 z 38 IV Blok - Tworzenie reklam - Teksty i formaty reklamowe - praktyka | MAGDALENA GŁOMSKA | 04-08-2026 | 13:45 | 15:15 | 01:30 |
| 14 z 38 I Blok – Eksperckie Sztuczki Instagrama - teoria + praktyka | Paulina Salamon-Kinas | 10-08-2026 | 08:30 | 10:00 | 01:30 |
| 15 z 38 Przerwa 30 minut | Paulina Salamon-Kinas | 10-08-2026 | 10:00 | 10:30 | 00:30 |
| 16 z 38 II Blok – Zwiększanie wizerunku na Instagramie - praktyka | Paulina Salamon-Kinas | 10-08-2026 | 10:30 | 12:00 | 01:30 |
| 17 z 38 Przerwa 15 minut | Paulina Salamon-Kinas | 10-08-2026 | 12:00 | 12:15 | 00:15 |

| Przedmiot / temat | Prowadzący | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|---|-----------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| 18 z 38 III Blok – Instagram rolki- praktyka | Paulina Salamon-Kinas | 10-08-2026 | 12:15 | 13:45 | 01:30 |
| 19 z 38 IV Blok – Influencer Marketing na Instagramie- teoria | Paulina Salamon-Kinas | 10-08-2026 | 13:45 | 15:15 | 01:30 |
| 20 z 38 I Blok - Dlaczego TikTok? -Profil prywatny, firmowy + system reklamowy – teoria | Paulina Salamon-Kinas | 11-08-2026 | 08:30 | 10:00 | 01:30 |
| 21 z 38 Przerwa 30 minut | Paulina Salamon-Kinas | 11-08-2026 | 10:00 | 10:30 | 00:30 |
| 22 z 38 II Blok - TikTok rolki - tworzymy efektowne nagrania w aplikacji – praktyka | Paulina Salamon-Kinas | 11-08-2026 | 10:30 | 12:00 | 01:30 |
| 23 z 38 Przerwa 15 minut | Paulina Salamon-Kinas | 11-08-2026 | 12:00 | 12:15 | 00:15 |
| 24 z 38 III Blok - CapCut – aplikacja do tworzenia rolek - praktyka | Paulina Salamon-Kinas | 11-08-2026 | 12:15 | 13:45 | 01:30 |
| 25 z 38 IV Blok - Wykorzystanie AI do tworzenia contentu na TikToku - praktyka | Paulina Salamon-Kinas | 11-08-2026 | 13:45 | 15:15 | 01:30 |
| 26 z 38 BLOK I – Nasz własny sklep internetowy – praktyki na 2026 - teoria | Krzysztof Bernardyn | 17-08-2026 | 08:30 | 10:00 | 01:30 |
| 27 z 38 Przerwa 30 minut | Krzysztof Bernardyn | 17-08-2026 | 10:00 | 10:30 | 00:30 |

| Przedmiot / temat | Prowadzący | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|--|---------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| 28 z 38 BLOK II – Customer journey map w praktyce – identyfikacja touchpointów i projektowanie ścieżki zakupowej klienta - teoria | Krzysztof Bernardyn | 17-08-2026 | 10:30 | 12:00 | 01:30 |
| 29 z 38 Przerwa 15 minut | Krzysztof Bernardyn | 17-08-2026 | 12:00 | 12:15 | 00:15 |
| 30 z 38 BLOK III – Planowanie kampanii sprzedażowych online – działania direct response i generowanie leadów w praktyce. | Krzysztof Bernardyn | 17-08-2026 | 12:15 | 13:45 | 01:30 |
| 31 z 38 BLOK IV – Przedstawienie i omówienie najważniejszych czynników wpływających na pozycję. | Krzysztof Bernardyn | 17-08-2026 | 13:45 | 15:15 | 01:30 |
| 32 z 38 BLOK I – Czynniki wpływające na pozycje w Google - teoria | Krzysztof Bernardyn | 18-08-2026 | 08:30 | 10:00 | 01:30 |
| 33 z 38 Przerwa 30 minut | Krzysztof Bernardyn | 18-08-2026 | 10:00 | 10:30 | 00:30 |
| 34 z 38 BLOK II – SEO Copywriting: warsztaty oraz link building – teoria + praktyka | Krzysztof Bernardyn | 18-08-2026 | 10:30 | 12:00 | 01:30 |
| 35 z 38 Przerwa 15 minut | Krzysztof Bernardyn | 18-08-2026 | 12:00 | 12:15 | 00:15 |

| Przedmiot / temat | Prowadzący | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|--|---------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| 36 z 38 BLOK III – Narzędzia SEO - teoria | Krzysztof Bernardyn | 18-08-2026 | 12:15 | 13:45 | 01:30 |
| 37 z 38 BLOK IV – Zaplecza i przyszłość SEO - teoria | Krzysztof Bernardyn | 18-08-2026 | 13:45 | 15:00 | 01:15 |
| 38 z 38 Przeprowadzenie testu wiedzy generowanego automatycznie (post-test w ramach walidacji). | - | 18-08-2026 | 15:00 | 15:15 | 00:15 |

Cennik

Cennik

| Rodzaj ceny | Cena |
|---|--------------|
| Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto | 4 320,00 PLN |
| Koszt przypadający na 1 uczestnika netto | 4 320,00 PLN |
| Koszt osobogodziny brutto | 90,00 PLN |
| Koszt osobogodziny netto | 90,00 PLN |

Prowadzący

Liczba prowadzących: 3



1 z 3

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. Pisze 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.



2 z 3

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.



3 z 3

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.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymują skrypt z materiałami do samodzielnego utrwalenia materiału, prezentację ze szkolenia, a także certyfikat szkolenia.

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 utrwała 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

- Zawarto umowę z WUP w Toruniu w ramach projektu Kierunek – Rozwój
- Zawarto umowę z Wojewódzkim Urzędem Pracy w Szczecinie na świadczenie usług rozwojowych z wykorzystaniem elektronicznych bonów szkoleniowych w ramach projektu Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe

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
- 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

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.

- frekwencja potwierdzana jest na podstawie listy logowań generowanej z systemu Clickmeeting

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/>

Zwolnienie z podatku VAT na podstawie art. 43 ust. 1 pkt 29 lit. c ustawy o podatku od towarów i usług z związku z §3 ust. 1 pkt. 14 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20.12.2013r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz szczegółowych warunków stosowania tych zwolnień (Dz. U. z 2020 r. poz. 1983 z późn. zm.).

Kontakt



MAGDALENA GŁOMSKA

E-mail biuro@digitalbrand.com.pl

Telefon (+48) 505 139 506