



## Szkolenie Google Analytics 4.0 + Google Ads - profesjonalna reklama. [Bony Rozwojowe]

Numer usługi 2026/02/05/118911/3310504

1 440,00 PLN brutto  
 1 440,00 PLN netto  
 90,00 PLN brutto/h  
 90,00 PLN netto/h  
 250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

DIGITAL BRAND

MAGDALENA

GŁOMSKA

★★★★★ 4,6 / 5

2 033 oceny

📄 Usługa szkoleniowa

📺 zdalna w czasie rzeczywistym

🕒 16:00 h

📅 24.08.2026 do 25.08.2026

## Informacje podstawowe

|                                      |   |
|--------------------------------------|---|
| <b>Kategoria</b>                     | Biznes / Marketing  |
| <b>Identyfikatory projektów</b>      | Małopolski Pociąg do kariery, Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe, Kierunek - Rozwój  |
| <b>Grupa docelowa usługi</b>         | <p><b>Szkolenie skierowane jest do:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Jednoosobowych działalności gospodarczych</li> <li>Przedsiębiorstw, korporacji i dużych firm - prezesów i właścicieli</li> <li>Specjalistów SEO / SEM</li> <li>Osób chcących podnieść swoje kompetencje marketingowe</li> <li>Osób zarządzających działami - dyrektorów, menedżerów i kierowników</li> <li>Zespołów sprzedażowych i marketingowych - projekt managerów</li> <li>Wyspecjalizowanych działów w obrębie danej firmy - specjalistów ds. marketingu, PR, e-commerce</li> <li>Instytucji i organizacji pozarządowych (NGO), fundacji, non-profit, spółdzielni, podmiotów społecznych itd.</li> <li><b>Uczestników projektu Kierunek-Rozwój</b></li> <li><b>Uczestników projektu Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe</b></li> <li><b>Uczestników projektu Bony rozwojowe</b></li> <li><b>Usługa również jest adresowana do uczestników Projektu MP oraz dla uczestników projektu NSE</b></li> <li><b>Usługa również adresowana dla Uczestników Projektu "Małopolski pociąg do kariery - sezon 1" i/lub dla Uczestników Projektu "Nowy start w Małopolsce z EURESem".</b></li> </ul> |
| <b>Minimalna liczba uczestników</b>  | 3   |
| <b>Maksymalna liczba uczestników</b> | 10  |
| <b>Data zakończenia rekrutacji</b>   | 23-08-2026  |

|  |   |
|--|---|
| <b>Forma prowadzenia usługi</b>        | zdalna w czasie rzeczywistym                        |
| <b>Liczba godzin usługi</b>            | 16  |
| <b>Podstawa uzyskania wpisu do BUR</b> | Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0 |

# Cel

## Cel edukacyjny

(Google Analytics) Usługa przygotowuje do wykorzystywania narzędzia Google Analytics do oceny działań marketingu i sprzedaży internetowej oraz podejmowania decyzji w przyjętym modelu biznesowym. Pozwala właściwie oceniać realizowane strategie e-marketingu i sprzedaży w firmie za pomocą narzędzi Google.

(Google Ads) Usługa przygotowuje do budowania wizerunku marki oraz zwiększania sprzedaży w sieci za pomocą reklam w Google

## Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

| Efekty uczenia się  | Kryteria weryfikacji   | Metoda walidacji   |
|---|--|--|
| Charakteryzuje elementy analitycznego myślenia  | Analizuje dane w Google Analytics  | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie  |
|   | Charakteryzuje zachowanie użytkowników na swoich stronach internetowych  | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie  |
|   | Dokonuje trafnych wniosków na podstawie zebranych informacji.  | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie  |
| Planuje i realizuje kampanie reklamowe w celu zwiększenia skuteczność promocji online | <p>Tworzy skuteczne kampanie reklamowe w Google Ads</p> <p>Dostosowuje strategie do potrzeb swojego biznesu oraz efektywnie zarządza budżetem reklamowym, zwiększając widoczność swojego biznesu w internecie i generując większy ruch na swoich stronach.</p> | <p>Analiza dowodów i deklaracji</p> <p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p> |
| Planuje strategie marketingowe w celu zwiększenia konkurencyjności na rynku           | Monitoruje i analizuje wyniki swoich działań marketingowych  | Analiza dowodów i deklaracji   |
|   | Charakteryzuje w jaki sposób udoskonalić strategie promocyjne i maksymalizację zwrotu z inwestycji w reklamę online.   | 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: 14h

Liczba godzin teoretycznych: 2h

**Metody pracy:** wykłady, dyskusje z uczestnikami i case study uczestników, ćwiczenia indywidualne, videorozmowa, współdzielenie ekranu, interaktywny chat za pomocą, którego będą przesyłane linki do podstron i omawianych tematów.

Aby realizacja usługi pozwoliła osiągnąć cel główny, warunkiem jest zaangażowanie uczestnika w różnorodne formy pracy podczas szkolenia. Szkolenie przeznaczone jest zarówno dla osób początkujących, jak i osób bardziej zaawansowanych.

### Dzień I

**trener Krzysztof Bernardyn**

Test walidacyjny generowany automatycznie. (pre-test).

### Blok I- Google Analytics - wprowadzenie (teoria)- rozmowa na żywo

- Czym jest analityka webowa?
- Dlaczego wybrać Google Analytics?
- Jakie są alternatywy dla Google Analytics?
- Opcje Google Analytics
- Jak działa Google Analytics?
- Jak uzyskać dostęp do Google Analytics?
- Wersja demonstracyjna Google Analytics: Google Merchandise Shop, aplikacja Flood It!

### Blok II- Instalacja i konfiguracja Google Analytics (teoria+ praktyka)- rozmowa na żywo, ćwiczenia

- Jak pracować z danymi?
- Zrozumienie podstawowych danych
- Kategorie danych: Odbiorcy
- Kategorie danych: Zachowanie
- Kategorie danych: Pozyskiwanie
- Kategorie danych: Konwersja

- Kategorie danych: Czas rzeczywisty

### **Blok III- Analityka (praktyka)- ćwiczenia**

- Kluczowe zakresy konfiguracji
- Odfiltrowanie niepożądanych danych
- Odfiltrowanie danych wewnętrznych
- Odfiltrowanie ruchu automatycznego i sztucznego
- Odfiltrowanie bramek płatności
- Monitorowanie wewnętrznej wyszukiwarki serwisu
- Opcje zaawansowane konfiguracji
- Włączanie modułu sprzedażowego
- Połączenie systemu analitycznego z innymi usługami Google
- Widoki danych
- Przechowywanie danych
- Etapy konfiguracji kluczowych celów
- Konfiguracja lejka konwersji – sprzedaży
- Grupowanie kanałów
- Lista sprawdzająca dla poprawnej konfiguracji

### **Blok IV-Google Search Console (praktyka)- ćwiczenia**

- Praktyczne wykorzystanie danych analitycznych
- Podstawowe pojęcia analityczne
- Kluczowe zasady pracy z danymi
- Segmentacja danych
- Weryfikacja zmian i trendów
- Filtrowanie raportów
- Tworzenie własnych raportów
- Tworzenie automatycznych powiadomień
- Porządkowanie danych marketingowych
- Efektywne podejście analityczne
- Jak mierzyć efektywność działań marketingowych?
- Możliwości systemu analitycznego: Pomiar niestandardowy
- Analiza danych w codziennej pracy
- Przykłady praktyczne – ćwiczenia

## **Dzień II**

### **Trener Dagmara Rżyska**

#### **Blok I - Wprowadzenie do Google Ads - teoria, rozmowa na żywo**

- Omówienie podstawowych pojęć i funkcji platformy Google Ads.
- Przegląd interfejsu reklamowego.
- Rodzaje kampanii i formaty reklamowe.

#### **Blok II - Planowanie Kampanii Reklamowych - praktyka, współdzielenie ekranu**

- Określanie celów kampanii i wybór odpowiednich strategii.
- Narzędzia do słów kluczowych i ich rola w kampaniach.
- Budowanie efektywnych struktur kampanii.
- **Warsztaty praktyczne:** Uczestnicy tworzą własne plany kampanii z uwzględnieniem słów kluczowych oraz struktury kampanii.

#### **Blok III - Tworzenie Efektywnych Reklam - praktyka, współdzielenie ekranu**

- Strategie tworzenia reklam tekstowych i graficznych.
- Przykłady skutecznego copywritingu w Google Ads.
- Testowanie różnych wariantów reklam.
- **Warsztaty praktyczne:** Ćwiczenia w tworzeniu reklam tekstowych i graficznych. Uczestnicy testują różne warianty reklam i oceniają ich skuteczność.

#### **Blok IV - Optymalizacja i Zarządzanie Kampaniami - praktyka, współdzielenie ekranu**

- Monitorowanie wyników kampanii i interpretacja danych.
- Optymalizacja budżetu i wydatków reklamowych.

- Narzędzia do analizy efektywności kampanii.
- **Warsztaty praktyczne:** Studium przypadku - zadania praktyczne

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: 14

| Przedmiot / temat   | Prowadzący          | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|---|---------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| <b>1 z 14</b><br>Przeprowadzenie testu wiedzy (pre-test w ramach walidacji)                           | -                   | 24-08-2026            | 08:30               | 08:45               | 00:15         |
| <b>2 z 14</b> Blok I- Google Analytics - wprowadzenie (teoria)- rozmowa na żywo                       | Krzysztof Bernardyn | 24-08-2026            | 08:45               | 10:00               | 01:15         |
| <b>3 z 14</b> Przerwa 30 minut  | Krzysztof Bernardyn | 24-08-2026            | 10:00               | 10:30               | 00:30         |
| <b>4 z 14</b> Blok II- Instalacja i konfiguracja Google Analytics (teoria+ praktyka)- rozmowa na żywo | Krzysztof Bernardyn | 24-08-2026            | 10:30               | 12:00               | 01:30         |
| <b>5 z 14</b> Przerwa 15 min  | Krzysztof Bernardyn | 24-08-2026            | 12:00               | 12:15               | 00:15         |
| <b>6 z 14</b> Blok III- Analityka (praktyka)- ćwiczenia   | Krzysztof Bernardyn | 24-08-2026            | 12:15               | 13:45               | 01:30         |

| Przedmiot / temat  | Prowadzący          | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|--|---------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| <b>7 z 14</b> Blok IV-<br>Google Search Console<br>(praktyka)-<br>ćwiczenia                                | Krzysztof Bernardyn | 24-08-2026            | 13:45               | 15:15               | 01:30         |
| <b>8 z 14</b> Blok I -<br>Wprowadzenie do Google Ads -<br>teoria, rozmowa na żywo                          | Dagmara Rżyska      | 25-08-2026            | 08:30               | 10:00               | 01:30         |
| <b>9 z 14</b> Przerwa 30 min   | Dagmara Rżyska      | 25-08-2026            | 10:00               | 10:30               | 00:30         |
| <b>10 z 14</b> Blok II -<br>Planowanie Kampanii Reklamowych -<br>praktyka,<br>współdzielenie ekranu        | Dagmara Rżyska      | 25-08-2026            | 10:30               | 12:00               | 01:30         |
| <b>11 z 14</b> Przerwa 15 min  | Dagmara Rżyska      | 25-08-2026            | 12:00               | 12:15               | 00:15         |
| <b>12 z 14</b> Blok III -<br>Tworzenie Efektywnych Reklam -<br>praktyka,<br>współdzielenie ekranu          | Dagmara Rżyska      | 25-08-2026            | 12:15               | 13:45               | 01:30         |
| <b>13 z 14</b> Blok IV -<br>Optymalizacja i Zarządzanie Kampaniami -<br>praktyka,<br>współdzielenie ekranu | Dagmara Rżyska      | 25-08-2026            | 13:45               | 15:00               | 01:15         |
| <b>14 z 14</b><br>Przeprowadzenie testu wiedzy (post-test w ramach walidacji)                              | -                   | 25-08-2026            | 15:00               | 15:15               | 00:15         |

# Cennik

## Cennik

| Rodzaj ceny                               | Cena         |
|---|--------------|
| Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto | 1 440,00 PLN |
| Koszt przypadający na 1 uczestnika netto  | 1 440,00 PLN |
| Koszt osobogodziny brutto                 | 90,00 PLN    |
| Koszt osobogodziny netto                  | 90,00 PLN    |

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 2



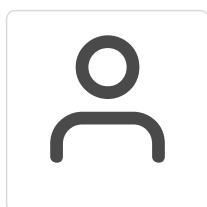
1 z 2

### 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.



2 z 2

### Dagmara Rżyska

Dagmara Rżyska posiada wykształcenie wyższe magisterskie oraz ukończone studia podyplomowe z zakresu Zarządzania i Marketingu Nowych Mediów. Specjalizuje się w kampaniach reklamowych na Facebooku, Instagramie, LinkedIn oraz Google Ads, a także w optymalizacji SEO. Z branżą digital marketingu związana jest od ponad 13 lat, odpowiadając za strategię obecności marek w Internecie, efektywność kampanii online oraz działania SEO.

Współpracowała z takimi markami jak Orange, Żabka, Logitech i Lenovo, skutecznie budując ich wizerunek oraz zwiększając zaangażowanie klientów online. Wykłada na Wyższej Szkole Bankowej, prowadząc zajęcia z digital marketingu, a także szkolenia dla MŚP w zakresie skutecznej reklamy online.

Dagmara specjalizuje się w marketingu dla branż takich jak e-commerce, nieruchomości, zdrowie i

uroda, szkoleniowa, chemiczna oraz lifestyle, dostosowując kampanie do specyficznych potrzeb i celów klientów.

Liczba zrealizowanych szkoleń: około 50-60 szkoleń

Liczba przeszkolonych osób: 400, Liczba zrealizowanych godzin szkoleniowych: ponad 500

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymują w wersji elektronicznej:

- skrypt z materiałami do samodzielnego utrwalenia materiału
- prezentację ze szkolenia
- certyfikat szkolenia
- zaświadczenie

### 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 utrzuwa 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

**Szkolenie prowadzone jest w godzinach dydaktycznych (16 godzin dydaktycznych = 12 godzin zegarowych)**

**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 Google Analytics/i lub Google Ads - jeśli możesz mieć - to uzyskaj, przypomnij sobie dane do logowania
- Jeśli nie masz konta Google Analytics lub konta reklamowego Google Ads (bądź nie pamiętasz hasła czy loginu) - spróbuj je założyć przed szkoleniem. Jeśli będziesz miał problem z jego założeniem - pokażemy jak je założyć podczas szkolenia (ważne jest jedynie, byś posiadał/a konto Google).
- Google Analytics – pomożemy Ci je podłączyć do strony
- Opcjonalnie: Przygotuj kartę płatniczą, którą podepniemy do konta Google Ads.

# 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.

## Jak przygotować się do szkolenia aby było jeszcze bardziej efektywne?

Jeśli masz już stronę www lub sklep internetowy:

- Sprawdź czy masz dostęp do Google Analytics/i lub Google Ads - jeśli możesz mieć - to uzyskaj, przypomnij sobie dane do logowania
- Jeśli nie masz konta Google Analytics lub konta reklamowego Google Ads (bądź nie pamiętasz hasła czy loginu) - spróbuj je założyć przed szkoleniem. Jeśli będziesz miał problem z jego założeniem - pokażemy jak je założyć podczas szkolenia (ważne jest jedynie, byś posiadał/a konto Google).
- Nasza rekomendacja: Zainstaluj przeglądarkę Google Chrome, która najlepiej współpracuje z interfejsem Google Ads.
- Google Analytics – pomożemy Ci je podłączyć do strony
- Opcjonalnie: Przygotuj kartę płatniczą, którą podepniesz do konta Google Ads. W większości przypadków, karta jest konieczna, by przejść do procesu tworzenia kampanii (algorytmy permanentnie się zmieniają). Jeśli nie chcesz lub nie masz możliwości podpięcia karty – nic straconego! Na szkoleniu pokażemy jak to zrobić.

## 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](mailto:biuro@digitalbrand.com.pl)

**Telefon** (+48) 505 139 506