



DIGITAL BRAND
MAGDALENA
GŁOMSKA

★★★★★ 4,6 / 5

2 031 ocen

Szkolenie Marketing cyfrowy: Facebook, Instagram/Threads oraz TikTok z elementami AI. Videomarketing - rolki. Canva. System reklamowy Meta Advance. E-COMMERCE + SEO -optymalizacja pod wyszukiwarki. Google Analytics + Google Ads. 8 dni

Numer usługi 2026/02/05/118911/3311607

📍 Gdańsk

🏠 Usługa szkoleniowa

📄 mieszana (stacjonarna połączona z usługą zdalną w czasie rzeczywistym)

🕒 64:00 h

📅 18.06.2026 do 16.07.2026

9 600,00 PLN brutto

9 600,00 PLN netto

150,00 PLN brutto/h

150,00 PLN netto/h

250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Szkolenie skierowane jest do :

- 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
- Wyspecjalizowanych działów w obrębie danej firmy - specjalistów ds. marketingu, PR, e-commerce
- Instytucji i organizacji pozarządowych (NGO), fundacji, non-profit, spółdzielni, podmiotów społecznych itd.

Minimalna liczba uczestników

2

Maksymalna liczba uczestników

4

Data zakończenia rekrutacji

17-06-2026

Forma prowadzenia usługi

mieszana (stacjonarna połączona z usługą zdalną w czasie rzeczywistym)

Liczba godzin usługi

64

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje do samodzielnego budowania wizerunku marki i zwiększania sprzedaży online za pomocą narzędzi takich jak Facebook, Instagram, TikTok, SEO, Google Ads i Google Analytics. Uczy korzystania z płatnych i bezpłatnych form promocji, optymalizacji stron pod wyszukiwarki oraz analizy wyników marketingowych. Usługa przygotowuje do kompleksowego wsparcia dla firm, które chcą efektywnie zarządzać widocznością w sieci i rozwijać działania reklamowe.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Planuje właściwe strategie SEO	Ocena kiedy warto inwestować w SEO, a kiedy nie warto	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Ocena 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	Analiza dowodów i deklaracji
	Definiuje kroki umożliwiające skuteczną strategię pozyskiwania klientów z Google	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	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 GPR, 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 mieszana - stacjonarna i zdalna w czasie rzeczywistym (4 dni szkolenia stacjonarnie, 4 dni zdalnie), szkolenie realizowane jest w godzinach dydaktycznych 45 min. Przerwy nie są wliczone w czas trwania usługi.

Liczba godzin praktycznych: 48h

Liczba godzin teoretycznych: 16h

DZIEŃ I

Test walidacyjny generowany automatycznie. (pre-test)

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 pozycje w Google – wstęp
- Optymalna budowa adresów stron oraz linki
- Sekcja head

DZIEŃ II

BLOK I – Czynniki wpływające na pozycje 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

DZIEŃ III

BLOK I – Google Analytics - teoria

- Czym jest analityka webowa?
- Dlaczego wybrać Google Analytics?
- Jakie są alternatywy dla Google Analytics?
- Opcje Google Analytics

BLOK II – Instalacja i konfiguracja Google Analytics - teoria+ praktyka

- Jak pracować z danymi?
- Zrozumienie podstawowych danych
- Kategorie danych

BLOK III – Analityka - teoria

- Kluczowe zakresy konfiguracji
- Odfiltrowanie niepożądanych danych
- Monitorowanie wewnętrznej wyszukiwarki serwisu
- Opcje zaawansowane konfiguracji

BLOK IV – Google Search Console -- teoria+ praktyka

- Praktyczne wykorzystanie danych analitycznych
- Podstawowe pojęcia analityczne
- Kluczowe zasady pracy z danymi
- Segmentacja danych
- Weryfikacja zmian i trendów

DZIEŃ IV

BLOK I –Google Ads - system reklamowy - teoria

- Typy oraz formaty reklam
- Podstawowa terminologia. Przedstawienie sposobów płatności

BLOK II – Założenie konta Google Ads. Płatności. Budżet kampanii - teoria+ praktyka

- Przegląd najważniejszych narzędzi do sprzedaży online
- Wybór i konfiguracja narzędzi, case studies pokazujące ich zastosowanie.

BLOK III – Prawidłowa struktura kampanii - teoria+ praktyka

- Typy dopasowań słów kluczowych
- Tworzenie atrakcyjnych przekazów reklamowych
- Rozszerzenia reklam
- Podstawowe wskazówki optymalizacyjne

BLOK IV –Skuteczność kampanii i jej ocena – praktyka

- Ocena kampanii

DZIEŃ V

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 VI

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 VII

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 rolkę.
 - 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 VIII

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

- • Dlaczego TikTok?
- Statystyki 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 hasztagach.
- 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

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: 50

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
1 z 50 Przeprowadzenie testu wiedzy (pre-test w ramach walidacji)	-	18-06-2026	08:30	08:45	00:15	Nie
2 z 50 BLOK I – Nasz własny sklep internetowy – praktyki na 2026 - teoria	Krzysztof Bernardyn	18-06-2026	08:45	10:00	01:15	Nie
3 z 50 Przerwa 30 min	Krzysztof Bernardyn	18-06-2026	10:00	10:30	00:30	Nie
4 z 50 BLOK II – Customer journey map w praktyce – identyfikacja touchpointów i projektowanie ścieżki zakupowej klienta - teoria	Krzysztof Bernardyn	18-06-2026	10:30	12:00	01:30	Nie
5 z 50 Przerwa 15 min	Krzysztof Bernardyn	18-06-2026	12:00	12:15	00:15	Nie
6 z 50 BLOK III – Planowanie kampanii sprzedażowych online – działania direct response i generowanie leadów w praktyce.	Krzysztof Bernardyn	18-06-2026	12:15	13:45	01:30	Nie

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
7 z 50 BLOK IV – Przedstawienie i omówienie najważniejszych czynników wpływających na pozycję.	Krzysztof Bernardyn	18-06-2026	13:45	15:15	01:30	Nie
8 z 50 BLOK I –Czynniki wpływające na pozycje w Google - teoria	Krzysztof Bernardyn	19-06-2026	08:30	10:00	01:30	Nie
9 z 50 Przerwa 30 min	Krzysztof Bernardyn	19-06-2026	10:00	10:30	00:30	Nie
10 z 50 BLOK II – SEO Copywriting: warsztaty oraz link building – teoria + praktyka	Krzysztof Bernardyn	19-06-2026	10:30	12:00	01:30	Nie
11 z 50 Przerwa 15 min	Krzysztof Bernardyn	19-06-2026	12:00	12:15	00:15	Nie
12 z 50 BLOK III – Narzędzia SEO - teoria	Krzysztof Bernardyn	19-06-2026	12:15	13:45	01:30	Nie
13 z 50 BLOK IV – Zaplecza i przyszłość SEO - teoria	Krzysztof Bernardyn	19-06-2026	13:45	15:15	01:30	Nie
14 z 50 BLOK I – Google Analytics - teoria	Krzysztof Bernardyn	25-06-2026	08:30	10:00	01:30	Nie
15 z 50 Przerwa 30 minut	Krzysztof Bernardyn	25-06-2026	10:00	10:30	00:30	Nie

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
16 z 50 BLOK II – Instalacja i konfiguracja Google Analytics - teoria+ praktyka	Krzysztof Bernardyn	25-06-2026	10:30	12:00	01:30	Nie
17 z 50 Przerwa 15 min	Krzysztof Bernardyn	25-06-2026	12:00	12:15	00:15	Nie
18 z 50 BLOK III – Analityka - teoria	Krzysztof Bernardyn	25-06-2026	12:15	13:45	01:30	Nie
19 z 50 BLOK IV – Google Search Console -- teoria+ praktyka	Krzysztof Bernardyn	25-06-2026	13:45	15:15	01:30	Nie
20 z 50 BLOK I –Google Ads - system reklamowy - teoria	Dagmara Rżyska	26-06-2026	08:30	10:00	01:30	Nie
21 z 50 Przerwa 30 min	Dagmara Rżyska	26-06-2026	10:00	10:30	00:30	Nie
22 z 50 BLOK II – Założenie konta Google Ads. Płatności. Budżet kampanii - teoria+ praktyka	Dagmara Rżyska	26-06-2026	10:30	12:00	01:30	Nie
23 z 50 Przerwa 15 min	Dagmara Rżyska	26-06-2026	12:00	12:15	00:15	Nie

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
24 z 50 BLOK III – Prawidłowa struktura kampanii - teoria+ praktyka	Dagmara Rżyska	26-06-2026	12:15	13:45	01:30	Nie
25 z 50 BLOK IV – Skuteczność kampanii i jej ocena – praktyka	Dagmara Rżyska	29-06-2026	13:45	15:15	01:30	Nie
26 z 50 I Blok - Charakterystyka nowoczesnych narzędzi cyfrowych w budowaniu marketingu mix - teoria	MAGDALENA GŁOMSKA	13-07-2026	08:30	10:00	01:30	Tak
27 z 50 Przerwa 30 min	MAGDALENA GŁOMSKA	13-07-2026	10:00	10:30	00:30	Tak
28 z 50 II Blok - Strategia komunikacji - teoria + praktyka	MAGDALENA GŁOMSKA	13-07-2026	10:30	12:00	01:30	Tak
29 z 50 Przerwa 15 min	MAGDALENA GŁOMSKA	13-07-2026	12:00	12:15	00:15	Tak
30 z 50 III Blok - Identyfikacja marki z wykorzystaniem programu Canva - teoria	MAGDALENA GŁOMSKA	13-07-2026	12:15	13:45	01:30	Tak
31 z 50 IV Blok - Canva - forma statyczna i dynamiczna- praktyka	MAGDALENA GŁOMSKA	13-07-2026	13:45	15:15	01:30	Tak

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
32 z 50 I Blok - Konfiguracja Business Menedżera - teoria+ praktyka	MAGDALENA GŁOMSKA	14-07-2026	08:30	10:00	01:30	Tak
33 z 50 Przerwa 30 min	MAGDALENA GŁOMSKA	14-07-2026	10:00	10:30	00:30	Tak
34 z 50 II Blok - Grupy odbiorców (Audience Insights)- teoria + praktyka	MAGDALENA GŁOMSKA	14-07-2026	10:30	12:00	01:30	Tak
35 z 50 Przerwa 15 min	MAGDALENA GŁOMSKA	14-07-2026	12:00	12:15	00:15	Tak
36 z 50 III Blok - Menedżer reklam - teoria+ praktyka	MAGDALENA GŁOMSKA	14-07-2026	12:15	13:45	01:30	Tak
37 z 50 IV Blok - Tworzenie reklam - Teksty i formaty reklamowe - praktyka	MAGDALENA GŁOMSKA	14-07-2026	13:45	15:15	01:30	Tak
38 z 50 I Blok – Eksperckie Sztuczki Instagrama - teoria + praktyka	MAGDALENA GŁOMSKA	15-07-2026	08:30	10:00	01:30	Tak
39 z 50 Przerwa 30 min	MAGDALENA GŁOMSKA	15-07-2026	10:00	10:30	00:30	Tak

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
40 z 50 II Blok – Zwiększanie wizerunku na Instagramie - praktyka	MAGDALENA GŁOMSKA	15-07-2026	10:30	12:00	01:30	Tak
41 z 50 Przerwa 15 min	MAGDALENA GŁOMSKA	15-07-2026	12:00	12:15	00:15	Tak
42 z 50 III Blok – Instagram rolki- praktyka	MAGDALENA GŁOMSKA	15-07-2026	12:15	13:45	01:30	Tak
43 z 50 IV Blok – Influencer Marketing na Instagramie- teoria	MAGDALENA GŁOMSKA	15-07-2026	13:45	15:15	01:30	Tak
44 z 50 I Blok - Dlaczego TikTok?-Profil prywatny, firmowy + system reklamowy – teoria	MAGDALENA GŁOMSKA	16-07-2026	08:30	10:00	01:30	Tak
45 z 50 Przerwa 30 min	MAGDALENA GŁOMSKA	16-07-2026	10:00	10:30	00:30	Tak
46 z 50 II Blok - TikTok rolki - tworzmy efektowne nagrania w aplikacji – praktyka	Magdalena Szmidt	16-07-2026	10:30	12:00	01:30	Tak
47 z 50 Przerwa 15 min	Magdalena Szmidt	16-07-2026	12:00	12:15	00:15	Tak
48 z 50 III Blok - CapCut – aplikacja do tworzenia rolek - praktyka	Magdalena Szmidt	16-07-2026	12:15	13:45	01:30	Tak

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
49 z 50 IV Blok - Wykorzystanie AI do tworzenia contentu na TikToku - praktyka	Magdalena Szmidt	16-07-2026	13:45	15:00	01:15	Tak
50 z 50 Przeprowadzenie testu wiedzy (post-test w ramach walidacji)	-	16-07-2026	15:00	15:15	00:15	Nie

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	9 600,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	9 600,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	150,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	150,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 4



1 z 4

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.

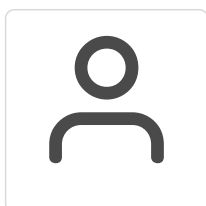


2 z 4

Magdalena Szmidt

Magdalena Anna Szmidt – ekspert online marketingu, specjalizująca się w obszarze automatyzacji marketingu i social media z ponad 13-letnim doświadczeniem w branży. Jako Specjalista ds. Marketing Automation w TVN / Warner Bros / Discovery projektuje efektywne ścieżki anti-churnowe, wykorzystując narzędzia marketing automation, opierając się na analizie danych i testach A/B. Prowadzi własną działalność od 2017 roku. Wspiera małych i średnich przedsiębiorców w budowie wizerunku online. Praktyczne doświadczenie przekłada na prelekcje na konferencjach, np. Social Media Best Practices 2023 zorganizowanej przez Puls Biznesu oraz na blogu: <https://magdalenaszmidt.com/blog>, gdzie dzieli się wiedzą z obszaru mediów społecznościowych, automatyzacji marketingu, marketingu politycznego oraz fotografii. Najnowsza publikacja na łamach branżowego medium to artykuł na temat potencjału Big Data w e-mail marketingu: <https://nowymarketing.pl/a/37254,mailing-is-dead-not-anymore-o-potencjale-big-data-w-e-mail-marketingu>

W ciągu ostatnich 5 lat przeprowadziła ponad 160h szkoleń i przeszkoliła ponad 50 osób z zakresu marketingu internetowego, w tym marketing automation, e-mail marketing.



3 z 4

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.



4 z 4

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

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
- Sprawdź czy masz dostęp do konta w Google Analytics i Google Ads (nie jest obligatoryjne)
- 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
- Sprawdź czy masz dostęp do konta na Google Analytics – jeśli nie – postaraj się uzyskać

ZABIERZ ZE SOBĄ:

- laptopa + zasilacz
- myszkę

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.
- Urządzenie pozwalające na swobodny udział w szkoleniu (laptop/tablet/telefon – preferowany laptop/komputer)

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.).

Adres

ul. Kaprów 3a/36
80-181 Gdańsk
woj. pomorskie

Sala szkoleniowa mieści się w Gdańsku - Oliwa, na trzecim piętrze w kamienicy biurowej.

W pobliżu znajduje się parking płatny. Łatwy dojazd środkami komunikacji miejskiej: SKM, tramwaj, autobus.

Udogodnienia dla osób z niepełnosprawnościami:

- Winda
- Podjazd
- Szerokie drzwi
- Dostosowana toaleta

Praca odbywa się na komputerach własnych. Uczestnik ma przygotowane własne stanowisko pracy. Dostęp do Internetu zapewnia Usługodawca.

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



MAGDALENA GŁOMSKA

E-mail biuro@digitalbrand.com.pl

Telefon (+48) 505 139 506