



DIGITAL BRAND  
MAGDALENA  
GŁOMSKA

★★★★★ 4,6 / 5  
2 034 oceny

## Szkolenie Wordpress, Social Media, Videomarketing. System reklamowy Meta Advance. E-COMMERCE + SEO - optymalizacja pod wyszukiwarki 9 dni

Numer usługi 2026/02/09/118911/3317517

📍 Gdańsk  
🏠 Usługa szkoleniowa  
📄 mieszana (stacjonarna połączona z usługą zdalną w czasie rzeczywistym)  
🕒 72:00 h  
📅 27.06.2026 do 21.07.2026

10 200,00 PLN brutto  
10 200,00 PLN netto  
141,67 PLN brutto/h  
141,67 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**

10

**Data zakończenia rekrutacji**

26-06-2026

**Forma prowadzenia usługi**

mieszana (stacjonarna połączona z usługą zdalną w czasie rzeczywistym)

**Liczba godzin usługi**

72

**Podstawa uzyskania wpisu do BUR**

Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

# Cel

## Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje do samodzielnego budowania wizerunku marki 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 wyszukiwarkę. Usługa prowadzi do samodzielnej pracy w środowisku systemu CMS, tworzenia strony internetowej.

## 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
	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
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
	Definiuje zasady tworzenia Google Search Console na stronie	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	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

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Używa sztucznej inteligencji (AI) w kontekście SEO</p> <p>Tworzy krótki i długie filmy bezpośrednio z aplikacji Instagram i TikTok</p>	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
<p>Wykorzystuje najważniejsze narzędzia na Facebooku i Instagramie w celu dostosowania ich do potrzeb i identyfikacji firmy</p> <p>Tworzy grupy docelowej dostosowanej dla swojej branży</p>	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 niestandardowe grupy w celach reklamowych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Definiuje zasady tworzenia własnej strony internetowej	Definiuje podstawowe zasady tworzenia stron www.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Tworzy własną stronę internetową	Instaluje i przygotowuje środowisko do pracy	Analiza dowodów i deklaracji
	Formatuje tekst i wstawia grafikę	Analiza dowodów i deklaracji
	Planuje sekcje i elementy strony (np. strona główna, kontakt, blog, sklep online)	Analiza dowodów i deklaracji

## 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, szkolenie realizowane jest w godzinach dydaktycznych 45 min. Przerwy nie są wliczone w czas trwania usługi.**

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.

**Liczba godzin praktycznych: 60h**

**Liczba godzin teoretycznych: 12h**

### DZIEŃ I

Test walidacyjny generowany automatycznie. (pre-test).

I Blok - Dlaczego WordPress?- teoria- rozmowa na żywo

II Blok - Omówienie funkcji w CMS WordPress- teoria + praktyka- rozmowa na żywo, ćwiczenia

III Blok - Widok strony internetowej w WordPress- praktyka – ćwiczenia

IV Blok - Media w WordPress- praktyka, współdzielenie ekranu

## DZIEŃ II

I Blok - Podstawy projektowe- teoria+ praktyka, rozmowa na żywo, ćwiczenia

II Blok - Budujemy stronę krok po kroku: warsztaty (część 1/3):- praktyka- ćwiczenia

III Blok - Wtyczki dla WordPress, część 1-teoria- rozmowa na żywo

IV Blok - Wtyczki dla WordPress, część 2-praktyka ćwiczenia

## DZIEŃ III

I Blok - Sklep internetowy na WordPress – WooCommerce:- teoria+ praktyka- rozmowa na żywo, ćwiczenia

II Blok - Budujemy stronę krok po kroku: warsztaty (część 2/3):- praktyka – ćwiczenia

III Blok - Budujemy stronę krok po kroku: warsztaty (część 3/3):- praktyka- ćwiczenia

IV Blok - Dodatkowe informacje i funkcje- teoria- rozmowa na żywo

## DZIEŃ IV

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

**Charakterystyka zasad skutecznej komunikacji z wykorzystaniem mediów społecznościowych -cz. 1 - Facebook**

- Analiza konta na Facebooku - Case study - analiza profilu własnego mocne i słabe strony
- Najważniejsze ustawienia i ukryte, a wartościowe funkcje Fanpage'a.
- Przykłady dobrych profili na Facebooku.
- Jak wyznaczać cele marketingowe dla siebie i zespołu.
- Spójność identyfikacji. Najważniejsze ustawienia Fanpage'a.

**II Blok - Content marketing i Media Plan przy wsparciu sztucznej inteligencji AI – jak pisać by nas czytali, jak zaangażować odbiorców pod postem, komunikacja z odbiorcami i język korzyści. Teoria + praktyka**

- Planowanie postów na Facebooku z wykorzystaniem narzędzi Facebooka.
- **Tworzenie media planu z wykorzystaniem sztucznej inteligencji AI. Narzędzia copywrittera**
- Komunikacja z odbiorcami i język korzyści - metody pisania aranżujących postów dopasowanych do grupy odbiorczej.
- Ustalenie kim jest Twój odbiorca i czego oczekuje.
- Konkursy - jak je legalnie tworzyć, o czy warto pamiętać i jak angażować odbiorców.
- Sytuacja kryzysowa - jak sobie z nią poradzić?

**III Blok - Charakterystyka zasad skutecznej komunikacji z wykorzystaniem mediów społecznościowych przy wykorzystaniu programu Canva - omówienie programu - teoria**

- Podstawy Canvy - omówienie najważniejszych, wybranych funkcji programu przydatnych do tworzenia grafik na SM.
- Najlepsze formaty grafik na FB, Instagrama, LinkedIn i stronę www.
- Najlepsze formaty na reklamę.

**IV Blok - Praca w programie Canva - forma statyczna i dynamiczna- praktyka**

- Tworzenie podstaw identyfikacji graficznej - logo, infografika, dobór kolorystyki i fontów - ćwiczenie
- Tworzenie szablonów graficznych na potrzeby SM - ćwiczenie

## DZIEŃ V

**I Blok - Narzędzia marketingu internetowego w budowaniu marketingu mix – konfiguracja Business Menedżera - teoria+ praktyka**

- Konfiguracja Business Menedżera

**II Blok - Business Menedżer – grupy odbiorców (Audience Insights)- teoria+praktyka**

- Analiza i tworzenie grup docelowych.
- Grupowanie zainteresowań.
- Jakie grupy dają najlepsze efekty.
- Najczęstsze błędy w tworzeniu grup.

### III Blok - Menedżer reklam - Konto reklamowe czyli jak pozyskiwać klientów na FB, cele reklamowe -teoria+ praktyka

- • Konfiguracja konta.
- Jak nie zablokować konta reklamowego i czym to grozi – treści zakazane.
- Dlaczego nie przez „Promuj post”?
- Budowa lejka sprzedażowego i planowanie budżetu.
- Jak zamienić zimny ruch na ciepły.
- Jakie koszty reklam osiągać? Podstawy strategii marketingowych.

#### Najważniejsze cele reklam dedykowanych na Facebooka i Instagram.

- • Omówienie celów:
- 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 - praktyka ćwiczenia i współdzielenie ekranu

- • Remarketing
- Piksel Facebooka
- Zdarzenia niestandardowe
- Analiza wyników kampanii
- Jak podglądać reklamy konkurencji.
- Tworzenie własnych wskaźników bezpośrednio w managerze reklam – między innymi współczynnik konwersji czy urealniony ROAS,
- Optymalizacja reklam na Facebooku i Instagramie
- Wykluczenia – w jaki sposób i dlaczego operować nimi w kampaniach.
- Grupowanie zainteresowań, stawki ręczne i inne nietypowe rozwiązania, sztuczki i luki w systemie, które zwiększają wyniki na FB i IG
- Optymalizacja budżetu
- **Zmiany algorytmów w systemie Meta w 2026**
- **Sztuczna inteligencja w Meta Business – „Advantage+” - kiedy korzystać, a kiedy nie**

### DZIEŃ VI

#### I Blok – Eksperckie Sztuczki Instagrama i Threads - teoria + praktyka

- • Przedstawienie Instagrama: Funkcje, różnice, cele.
- Jak platforma ewoluowała od początków do dzisiaj. Z platformy fotograficznej do multimedialnego giganta.
- Najważniejsze kamienie milowe: Stories, Reels, zakupy bezpośrednio z aplikacji.
- Jak zmieniały się trendy użytkowników na przestrzeni lat?
- Analiza profili.
- Jak stworzyć rozpoznawalny brand?
- Omówienie najważniejszych sekcji.
- Jak interpretować proste statystyki?
- Threads: nowości na Instagramie

#### II Blok – Zwiększanie wizerunku na Instagramie - praktyka

- • Hashtagi w nich siła. Jak działają hashtagi w 2026 roku?
- Jak zwiększać organicznie zasięgi.
- Interakcje z followersami na Instagramie.
- Pomysły na media plan.
- Triki na Instagramie w podziale na: relacje, posty i rolki

#### III Blok – Instagram rolki – tworzymy efektowne nagrania w aplikacji - praktyka

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

#### **IV Blok – Influencer Marketing na Instagramie- teoria, rozmowa na żywo**

- Dlaczego współpraca z influencerami jest skuteczna?
- Dobór odpowiednich influencerów
- Rodzaje współprac
- Krecja treści
- Tworzenie briefu
- Dopasowywanie tribów
- Jak angażować widownię?

### **DZIEŃ VII**

#### **I Blok - Dlaczego TikTok?-Profil prywatny, firmowy + system reklamowy – teoria-rozmowa na żywo**

- • Dlaczego TikTok?
  - Statystki na TikToku. Nasza grupa docelowa.
  - Optymalne nagrywanie na TikToku.
  - 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.
- Dlaczego warto przełączyć się na profil biznesowy?
- Jak zmiana profilu wpływa na algorytm?
- Sposoby na duże zasięgi. SEO.
- TikTok Tips
- Wykorzystywanie słów kluczowych w opisach i hashtagach.
- Znaczenie napisów w filmach i postach (captions).
- Optymalizacja profilu: jak stworzyć biogram, który pomoże w lepszym pozycjonowaniu?
- Ciekawostki i porady
- TikTok i marketing
- Dont make ads. Make TikToks.

#### **II Blok - TikTok rolki - tworzymy efektowne nagrania w aplikacji – ćwiczenia.**

- • 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”.
  - Wykorzystanie bibliotek muzycznych zintegrowanych z TikTokiem.
  - Najważniejsze ustawienia: Przejścia, tekst, nakładki TikToka.
  - Opisy na rolach.
  - Jak ustawić tekst w określonym momencie filmu (timing)?
- Jak połączyć kilka efektów w jednym filmie?
- Efekty dopasowane do aktualnych trendów (np. zmiana głosu, filtry „duet”).

#### **III Blok - CapCut – aplikacja do tworzenia rolek - praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia.**

- • CapCut – podstawowe i nieoczywiste funkcje.
- Praca ze zdjęciami – jak przerobić zdjęcie w animację.
- Dynamizm w rolkach.
- Nagrywanie pod bit.
- Wyodrębnianie/dodawanie dźwięku
- Dodawanie Lektora.
- Przykład w pełni zmontowanego materiału- ćwiczenia

#### IV Blok - Wykorzystanie AI do tworzenia contentu na TikToku - praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia.

- TikTok Creative Center
- Sztuczna inteligencja TikToka, TikTok Symphony Assistant
- Tworzenie złożonych scenariuszy
- Układanie promptów

#### DZIEŃ VIII

##### I i II Blok – Nasz własny sklep internetowy

- Z czego składa się sklep internetowy: kategoria, produkt, checkout, mail
- Jak zaprojektować i zoptymalizować skuteczną stronę produktową?
- Customer journey map w praktyce-identyfikacja touchpointów i projektowanie ścieżki zakupowej klienta

##### III i IV Blok – Planowanie kampanii sprzedażowych online

- Generowanie leadów – jak pozyskiwać kontakty handlowe w Internecie?
- Planowanie kampanii reklamowych

#### DZIEŃ IX

##### I i II Blok – SEO Copywriting: warsztaty oraz link building

- Jak pisać teksty przyjazne wyszukiwarkom?
- Pisanie tekstów z wykorzystaniem słów kluczowych i AI
- Sprawdzanie statusów „AI Generated” vs „Human writing”

##### III i IV Blok – narzędzia SEO, raporty SEO - teoria

- Profesjonalna analiza stron za pomocą narzędzi jak:
- Ahrefs – z wykorzystaniem AI
- MOZ, Semrush, Senuto

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 zakończeniu szkolenia. Walidator opracowuje protokół.

## Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 56

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
<span>1 z 56</span> Przeprowadzenie testu wiedzy (pre-test w ramach walidacji)	-	27-06-2026	08:30	08:45	00:15	Nie

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
<b>2 z 56</b> Blok I- Dlaczego WordPress?- teoria- rozmowa na żywo	Krzysztof Bernardyn	27-06-2026	08:45	10:00	01:15	Nie
<b>3 z 56</b> Przerwa 30 min	Krzysztof Bernardyn	27-06-2026	10:00	10:30	00:30	Nie
<b>4 z 56</b> Blok II- Omówienie funkcji w CMS WordPress- teoria + praktyka- rozmowa na żywo, ćwiczenia	Krzysztof Bernardyn	27-06-2026	10:30	12:00	01:30	Nie
<b>5 z 56</b> Przerwa 30 min	Krzysztof Bernardyn	27-06-2026	12:00	12:30	00:30	Nie
<b>6 z 56</b> Blok III- Widok strony internetowej w WordPress- praktyka - ćwiczenia	Krzysztof Bernardyn	27-06-2026	12:30	14:00	01:30	Nie
<b>7 z 56</b> Blok IV- Media w WordPress- praktyka, współdzielenie ekranu	Krzysztof Bernardyn	27-06-2026	14:00	15:30	01:30	Nie
<b>8 z 56</b> Blok I- Podstawy projektowe- teoria+ praktyka, rozmowa na żywo, ćwiczenia	Krzysztof Bernardyn	28-06-2026	08:30	10:00	01:30	Nie
<b>9 z 56</b> Przerwa 30 min	Krzysztof Bernardyn	28-06-2026	10:00	10:30	00:30	Nie

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
<b>10 z 56</b> Blok II- Budujemy stronę krok po kroku: warsztaty (część 1/3):- praktyka-ćwiczenia	Krzysztof Bernardyn	28-06-2026	10:30	12:00	01:30	Nie
<b>11 z 56</b> Przerwa 30 min	Krzysztof Bernardyn	28-06-2026	12:00	12:30	00:30	Nie
<b>12 z 56</b> Blok III- Wtyczki dla WordPress, część 1- teoria- rozmowa na żywo	Krzysztof Bernardyn	28-06-2026	12:30	14:00	01:30	Nie
<b>13 z 56</b> Blok IV- Wtyczki dla WordPress, część 2- praktyka-ćwiczenia	Krzysztof Bernardyn	28-06-2026	14:00	15:30	01:30	Nie
<b>14 z 56</b> Blok I- Sklep internetowy na WordPress – WooCommerce: teoria+ praktyka- rozmowa na żywo, ćwiczenia	Krzysztof Bernardyn	29-06-2026	08:30	10:00	01:30	Nie
<b>15 z 56</b> Przerwa 30 min	Krzysztof Bernardyn	29-06-2026	10:00	10:30	00:30	Nie
<b>16 z 56</b> Blok II- Budujemy stronę krok po kroku: warsztaty (część 2/3):- praktyka - ćwiczenia	Krzysztof Bernardyn	29-06-2026	10:30	12:00	01:30	Nie

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
<b>17 z 56</b> Przerwa 30 min	Krzysztof Bernardyn	29-06-2026	12:00	12:30	00:30	Nie
<b>18 z 56</b> Blok III- Budujemy stronę krok po kroku: warsztaty (część 3/3):- praktyka-ćwiczenia	Krzysztof Bernardyn	29-06-2026	12:30	14:00	01:30	Nie
<b>19 z 56</b> Blok IV- Dodatkowe informacje i funkcje- praktyka- rozmowa na żywo	Krzysztof Bernardyn	29-06-2026	14:00	15:30	01:30	Nie
<b>20 z 56</b> I Blok - Charakterystyka nowoczesnych narzędzi cyfrowych w budowaniu marketingu mix - teoria- rozmowa na żywo	MAGDALENA GŁOMSKA	13-07-2026	08:30	10:00	01:30	Tak
<b>21 z 56</b> Przerwa 30 minut	MAGDALENA GŁOMSKA	13-07-2026	10:00	10:30	00:30	Tak
<b>22 z 56</b> II Blok - Content marketing – jak pisać by nas czytali, jak zaangażować odbiorców pod postem, komunikacja z odbiorcami i język korzyści. teoria+praktyka MAGDALENA	MAGDALENA GŁOMSKA	13-07-2026	10:30	12:00	01:30	Tak

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
<b>23 z 56</b> Przerwa 15 minut	MAGDALENA GŁOMSKA	13-07-2026	12:00	12:15	00:15	Tak
<b>24 z 56</b> III Blok - Charakterystyka zasad skutecznej komunikacji z wykorzystaniem mediów społecznościowych przy wykorzystaniu programu Canva - omówienie programu - teoria- rozmowa na żywo	MAGDALENA GŁOMSKA	13-07-2026	12:15	13:45	01:30	Tak
<b>25 z 56</b> IV Blok - Praca w programie Canva - forma statyczna i dynamiczna- praktyka- ćwiczenia	MAGDALENA GŁOMSKA	13-07-2026	13:45	15:15	01:30	Tak
<b>26 z 56</b> I Blok - Narzędzia marketingu internetowego w budowaniu marketingu mix – konfiguracja Business Menedżera - teoria+ praktyka- rozmowa na żywo, ćwiczenia	MAGDALENA GŁOMSKA	14-07-2026	08:30	10:00	01:30	Tak
<b>27 z 56</b> Przerwa 30 minut	MAGDALENA GŁOMSKA	14-07-2026	10:00	10:30	00:30	Tak

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
<b>28 z 56</b> II Blok - Business Menedżer – grupy odbiorców (Audience Insights) - teoria+ praktyka ćwiczenia, rozmowa na żywo	MAGDALENA GŁOMSKA	14-07-2026	10:30	12:00	01:30	Tak
<b>29 z 56</b> Przerwa 15 minut	MAGDALENA GŁOMSKA	14-07-2026	12:00	12:15	00:15	Tak
<b>30 z 56</b> III Blok - Menedżer reklam - Konto reklamowe czyli jak pozyskiwać klientów na FB, cele reklamowe - teoria+ praktyka ćwiczenia	MAGDALENA GŁOMSKA	14-07-2026	12:15	13:45	01:30	Tak
<b>31 z 56</b> IV Blok - Tworzenie reklam - Teksty i formaty reklamowe - praktyka	MAGDALENA GŁOMSKA	14-07-2026	13:45	15:15	01:30	Tak
<b>32 z 56</b> I Blok – Eksperckie Sztuczki Instagrama i Threads- teoria+praktyka- rozmowa na żywo, ćwiczenia	MAGDALENA GŁOMSKA	15-07-2026	08:30	10:00	01:30	Tak
<b>33 z 56</b> Przerwa 30 minut	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
<b>34 z 56</b> II Blok – Zwiększanie wizerunku na Instagramie- teoria- rozmowa na żywo	MAGDALENA GŁOMSKA	15-07-2026	10:30	12:00	01:30	Tak
<b>35 z 56</b> Przerwa 15 minut	MAGDALENA GŁOMSKA	15-07-2026	12:00	12:15	00:15	Tak
<b>36 z 56</b> III Blok – Instagram rolki – tworzymy efektowne nagrania bezpośrednio z aplikacji - praktyka, ćwiczenia	MAGDALENA GŁOMSKA	15-07-2026	12:15	13:45	01:30	Tak
<b>37 z 56</b> IV blok – Threads- Rozszerzenie aplikacji Instagrama- teoria+ praktyka- rozmowa na żywo, ćwiczenia	MAGDALENA GŁOMSKA	15-07-2026	13:45	15:15	01:30	Tak
<b>38 z 56</b> BLOK 1 - Dlaczego TikTok? – teoria- rozmowa na żywo	MAGDALENA GŁOMSKA	16-07-2026	08:30	10:00	01:30	Tak
<b>39 z 56</b> Przerwa 30 minut	MAGDALENA GŁOMSKA	16-07-2026	10:00	10:30	00:30	Tak

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
40 z 56 BLOK 2 – TikTok rolki - tworzymy efektowne nagrania bezpośrednio z aplikacji – praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia.	MAGDALENA GŁOMSKA	16-07-2026	10:30	12:00	01:30	Tak
41 z 56 Przerwa 15 minut	MAGDALENA GŁOMSKA	16-07-2026	12:00	12:15	00:15	Tak
42 z 56 BLOK 3 – CapCut – aplikacja do tworzenia rolek - praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia.	Magdalena Szmidt	16-07-2026	12:15	13:45	01:30	Tak
43 z 56 BLOK 4 - CapCut i VN – zaawansowane funkcje - praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia.	Magdalena Szmidt	16-07-2026	13:45	15:15	01:30	Tak
44 z 56 Blok I – Nasz własny sklep internetowy – dobre praktyki na 2026 rok. - teoria- rozmowa na żywo	Krzysztof Bernardyn	20-07-2026	08:30	10:00	01:30	Nie
45 z 56 Przerwa 30 minut	Krzysztof Bernardyn	20-07-2026	10:00	10:30	00:30	Nie

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
<b>46 z 56</b> Blok II – Customer journey map w praktyce – identyfikacja touchpointów i projektowanie ścieżki zakupowej klienta- teoria+ praktyka- rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Krzysztof Bernardyn	20-07-2026	10:30	12:00	01:30	Nie
<b>47 z 56</b> Przerwa 15 minut	Krzysztof Bernardyn	20-07-2026	12:00	12:15	00:15	Nie
<b>48 z 56</b> Blok III – Planowanie kampanii sprzedażowych online – działania direct response i generowanie leadów w praktyce.- praktyka- ćwiczenia	Krzysztof Bernardyn	20-07-2026	12:15	13:45	01:30	Nie
<b>49 z 56</b> Blok IV - Przedstawienie i omówienie najważniejszych czynników wpływających na pozycję- teoria+praktyka-rozmowa na żywo	Krzysztof Bernardyn	20-07-2026	13:45	15:15	01:30	Nie
<b>50 z 56</b> Blok V – czynniki wpływające na pozycje w Google-teoria - rozmowa na żywo	Krzysztof Bernardyn	21-07-2026	08:30	10:00	01:30	Nie

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
<b>51 z 56</b> Przerwa 30 minut	Krzysztof Bernardyn	21-07-2026	10:00	10:30	00:30	Nie
<b>52 z 56</b> Blok VI – SEO Copywriting: warsztaty oraz link building- teoria- rozmowa na żywo	Krzysztof Bernardyn	21-07-2026	10:30	12:00	01:30	Nie
<b>53 z 56</b> Przerwa 15 minut	Krzysztof Bernardyn	21-07-2026	12:00	12:15	00:15	Nie
<b>54 z 56</b> Blok VII – narzędzia SEO, raporty SEO-teoria- rozmowa na żywo	Krzysztof Bernardyn	21-07-2026	12:15	13:45	01:30	Nie
<b>55 z 56</b> Blok VIII – zapleczka i przyszłość SEO-praktyka- ćwiczenia	Krzysztof Bernardyn	21-07-2026	13:45	15:00	01:15	Nie
<b>56 z 56</b> Przeprowadzenie testu wiedzy (post-test w ramach walidacji).	-	21-07-2026	15:00	15:15	00:15	Nie

## Cennik

### Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	10 200,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	10 200,00 PLN

Koszt osobogodziny brutto

141,67 PLN

Koszt osobogodziny netto

141,67 PLN

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 3



1 z 3

### 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.



2 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.

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 i przeszkolił ponad 300 osób w ostatnich 5 lat – 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

#### 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

Na szkolenie stacjonarne:

#### ZABIERZ ZE SOBĄ:

- laptopa + zasilacz
- myszkę

Szkolenie Wordpress:

Celem szkolenia jest stworzenia szkicu strony internetowej na tymczasowym serwerze udostępnianym przez firmę Digital Brand

# 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.).

## Adres

ul. Kaprów 3a/36  
80-316 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](mailto:biuro@digitalbrand.com.pl)

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