



IT ENGINEERING &
CONSULTING
SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚ
CIĄ

★★★★★ 4,9 / 5

1 338 ocen

Digital Ads Masterclass – Kampanie Meta i Google w praktyce - szkolenie

Numer usługi 2026/02/12/156609/3330569

📍 Olsztyn / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 24 h

📅 14.03.2026 do 15.03.2026

6 500,00 PLN brutto

6 500,00 PLN netto

270,83 PLN brutto/h

270,83 PLN netto/h

187,50 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Grupa docelowa usługi	Szkolenie adresowane jest do przedsiębiorców i ich pracowników, którzy zauważają potrzebę budowania swojej marki w Internecie i chcą ulepszyć prowadzone działania marketingowe wykorzystując narzędzia ADS.
Minimalna liczba uczestników	1
Maksymalna liczba uczestników	1
Data zakończenia rekrutacji	13-03-2026
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	24
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Certyfikat systemu zarządzania jakością wg. ISO 9001:2015 (PN-EN ISO 9001:2015) - w zakresie usług szkoleniowych

Cel

Cel edukacyjny

Szkolenie przygotowuje uczestników do samodzielnego planowania, konfiguracji oraz optymalizacji kampanii reklamowych w systemach Meta Ads i Google Ads, z uwzględnieniem celów biznesowych, grup docelowych oraz efektywnego zarządzania budżetem.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Posługuje się wiedzą w zakresie zasad wykorzystywania META ADS i Google ADS	opisuje strukturę kampanii reklamowych w systemach Meta Ads i Google Ads	Test teoretyczny
	omawia różnice między kampaniami w Meta a Google	Test teoretyczny
	charakteryzuje cele reklamowe i ich zastosowanie w zależności od modelu biznesowego	Test teoretyczny
	definiuje zasady segmentacji grup docelowych	Test teoretyczny
	omawia mechanizmy działania algorytmów reklamowych	Test teoretyczny
	opisuje rolę Meta Pixel i narzędzi śledzenia konwersji	Test teoretyczny
	charakteryzuje wskaźniki efektywności kampanii (CTR, CPC, CPA, ROAS)	Test teoretyczny
	omawia zasady retargetingu i kampanii dynamicznych	Test teoretyczny
	definiuje podstawy skalowania kampanii reklamowych	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
samodzielnie tworzy kampanie META ADS i Google ADS	konfiguruje kampanie reklamowe w Meta Ads Managerze	Obserwacja w warunkach symulowanych
	tworzy kampanie Google Ads (Search, remarketing, Performance Max)	Obserwacja w warunkach symulowanych
	dobiera cele kampanii do założeń biznesowych	Obserwacja w warunkach symulowanych
	segmentuje grupy docelowe z wykorzystaniem danych demograficznych i behawioralnych	Obserwacja w warunkach symulowanych
	tworzy struktury kampanii i zestawy reklam	Obserwacja w warunkach symulowanych
	opracowuje treści reklamowe dopasowane do platformy i celu kampanii	Obserwacja w warunkach symulowanych
	ustala budżet i harmonogram kampanii	Obserwacja w warunkach symulowanych
	analizuje wyniki kampanii na podstawie wskaźników KPI	Obserwacja w warunkach symulowanych
	optymalizuje kampanie w oparciu o dane	Obserwacja w warunkach symulowanych
	projektuje działania retargetingowe	Obserwacja w warunkach symulowanych
Budowanie relacji wewnętrznych i zewnętrznych	Rozwiązuje problemy i podejmuje decyzje w kontekście tworzenia marki w internecie	Obserwacja w warunkach symulowanych
	stosuje dobre praktyki w tworzeniu marki	Obserwacja w warunkach symulowanych
	stosuje zasady komunikacji interpersonalnej w mediach społecznościowych	Obserwacja w warunkach symulowanych
	podejmuje odpowiedzialne decyzje dotyczące budżetu reklamowego	Obserwacja w warunkach symulowanych
	dąży do podnoszenia efektywności kampanii w sposób długofalowy	Obserwacja w warunkach symulowanych

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

Szkolenie „**Digital Ads Masterclass – Kampanie Meta i Google w praktyce**” to zaawansowana usługa rozwojowa skoncentrowana na praktycznym projektowaniu, konfiguracji oraz optymalizacji kampanii reklamowych w systemach Meta Ads (Facebook, Instagram) oraz Google Ads.

Program szkolenia obejmuje kompleksowe omówienie ekosystemu reklamowego obu platform, zasad budowy struktury kampanii oraz doboru celów reklamowych dopasowanych do modelu biznesowego. Uczestnicy zdobywają wiedzę z zakresu segmentacji grup docelowych, wykorzystania narzędzi takich jak Custom Audiences i Lookalike Audiences, a także konfiguracji kampanii w oparciu o konkretne cele sprzedażowe i wizerunkowe.

Istotnym elementem szkolenia jest część warsztatowa, podczas której uczestnicy tworzą kampanie krok po kroku – od wyboru celu, przez konfigurację budżetu i harmonogramu, po projektowanie treści reklamowych i integrację z narzędziami analitycznymi. Omawiane są również zagadnienia związane z instalacją i wykorzystaniem Meta Pixel oraz śledzeniem konwersji.

Drugi dzień szkolenia poświęcony jest kampaniom Google Ads – w szczególności kampaniom w sieci wyszukiwania, remarketingowi oraz kampaniom Performance Max. Uczestnicy poznają zasady doboru słów kluczowych, optymalizacji jakości reklam oraz planowania budżetu w kontekście efektywności kosztowej.

Szkolenie obejmuje również analizę kluczowych wskaźników efektywności (KPI), testy A/B, strategie retargetingu oraz skalowanie skutecznych kampanii. Całość kończy się walidacją wiedzy w formie testu.

Usługa ma charakter praktyczny i warsztatowy, umożliwiający bezpośrednie zastosowanie zdobytych kompetencji w działaniach marketingowych przedsiębiorstwa.

Moduł 1. Wprowadzenie do szkolenia i ekosystemu reklamowego Meta (1 h)

- Powitanie uczestników i przedstawienie prowadzącego
- Cele i struktura szkolenia
- Ekosystem Meta (Facebook, Instagram)
- Rola płatnej reklamy w strategii marketingowej

Moduł 2. Meta Ads Manager – struktura i funkcje (2 h)

- Interfejs i kluczowe funkcje Ads Managera
- Struktura kampanii: kampania – zestaw reklam – reklama

- Typy kampanii (ruch, konwersje, sprzedaż, zaangażowanie)
- Najczęstsze błędy w konfiguracji kampanii

Moduł 3. Cele reklamowe i grupy docelowe (2 h)

- Dobór celu kampanii do modelu biznesowego
- Segmentacja grupy docelowej: demografia, zainteresowania, zachowania
- Custom Audiences i Lookalike Audiences
- Audience Insights jako narzędzie analityczne

Ćwiczenie praktyczne: stworzenie struktury grup docelowych

Moduł 4. Tworzenie kampanii Meta Ads – warsztat (3 h)

- Konfiguracja kampanii krok po kroku
- Ustalanie budżetu i harmonogramu
- CBO (Campaign Budget Optimization)
- Tworzenie kreacji reklamowych (grafika, wideo, karuzela)
- Tworzenie skutecznych nagłówków, tekstów i CTA

Warsztat: budowa kampanii testowej

Moduł 5. Pixel Meta i śledzenie konwersji (1 h)

- Rola Pixela w kampaniach
- Konfiguracja i podstawy śledzenia zdarzeń
- Integracja z witryną

Moduł 6. Optymalizacja i analiza wyników (3 h)

- KPI: CTR, CPC, CPA, ROAS
- Interpretacja wyników
- Testy A/B
- Wprowadzanie optymalizacji

Moduł 7. Wprowadzenie do Google Ads (2 h)

- Ekosystem Google Ads (Search, Display, YouTube)
- Struktura konta Google Ads
- Różnice między Meta Ads a Google Ads

Moduł 8. Kampanie w sieci wyszukiwania (3 h)

- Dobór słów kluczowych
- Struktura kampanii Search
- Dopasowania słów kluczowych
- Tworzenie skutecznych reklam tekstowych
- Quality Score i jego znaczenie

Ćwiczenie praktyczne: projekt kampanii Search

Moduł 9. Kampanie Performance i remarketing (2 h)

- Remarketing w Google
- Listy odbiorców
- Kampanie Performance Max – zasady działania
- Integracja z analityką

Moduł 10. Retargeting i kampanie dynamiczne (1 h)

- Retargeting w Meta i Google
- Reklamy dynamiczne (DPA)
- Automatyzacja sprzedaży z katalogami produktów
- Scenariusze lejków reklamowych

Moduł 11. Strategia budżetowa i skalowanie kampanii (1 h)

- Planowanie budżetu reklamowego
- Skalowanie skutecznych kampanii
- Optymalizacja kosztów
- Łączenie kanałów (Meta + Google)

Moduł 12. Podsumowanie (1 h)

- Najważniejsze wnioski ze szkolenia
- Sesja pytań i odpowiedzi

Walidacja - test (30 min)

Dla lepszego przyswojenia programu szkoleń Uczestnicy otrzymają materiały dydaktyczne oraz przeprowadzony zostanie test sprawdzający wiedzę przed i po szkoleniu, którego ukończenie pozwoli Uczestnikom uzupełnienie i uporządkowanie dotychczasowej wiedzy.

Usługa prowadzona jest w formie ćwiczeń, chatu oraz dyskusji z uczestnikami szkolenia.

Usługa realizowana jest w godzinach dydaktycznych (45 min). Przerwy zostały uwzględnione w harmonogramie, są wliczone do liczby godzin usługi rozwojowej.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 15 Moduł 1. Wprowadzenie do szkolenia i ekosystemu reklamowego Meta	Dagmara Rżyska	14-03-2026	08:30	09:15	00:45
2 z 15 Moduł 2. Meta Ads Manager – struktura i funkcje	Dagmara Rżyska	14-03-2026	09:15	10:45	01:30
3 z 15 Moduł 3. Cele reklamowe i grupy docelowe	Dagmara Rżyska	14-03-2026	10:45	12:15	01:30
4 z 15 przerwa	Dagmara Rżyska	14-03-2026	12:15	12:45	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
5 z 15 Moduł 4. Tworzenie kampanii Meta Ads – warsztat	Dagmara Rżyska	14-03-2026	12:45	15:00	02:15
6 z 15 Moduł 5. Pixel Meta i śledzenie konwersji	Dagmara Rżyska	14-03-2026	15:00	15:45	00:45
7 z 15 Moduł 6. Optymalizacja i analiza wyników	Dagmara Rżyska	14-03-2026	15:45	18:00	02:15
8 z 15 Moduł 7. Wprowadzenie do Google Ads	Dagmara Rżyska	15-03-2026	08:30	10:00	01:30
9 z 15 Moduł 8. Kampanie w sieci wyszukiwania	Dagmara Rżyska	15-03-2026	10:30	12:45	02:15
10 z 15 przerwa	Dagmara Rżyska	15-03-2026	12:45	13:15	00:30
11 z 15 Moduł 9. Kampanie Performance i remarketing	Dagmara Rżyska	15-03-2026	13:15	14:45	01:30
12 z 15 Moduł 10. Retargeting i kampanie dynamiczne	Dagmara Rżyska	15-03-2026	14:45	15:30	00:45
13 z 15 Moduł 11. Strategia budżetowa i skalowanie kampanii	Dagmara Rżyska	15-03-2026	15:30	16:15	00:45
14 z 15 Moduł 12. Podsumowanie	Dagmara Rżyska	15-03-2026	16:15	17:00	00:45
15 z 15 walidacja	-	15-03-2026	17:00	17:30	00:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	6 500,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	6 500,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	270,83 PLN
Koszt osobogodziny netto	270,83 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Dagmara Rżyska

Specjalizuje się w kampaniach Facebook, Instagram, LinkedIn i Google Ads oraz SEO. Z branżą digital marketingu związana już ponad 10 lat, na co dzień odpowiada za strategię obecności marek w Internecie i realizację efektywnościowych kampanii. Od 2018 roku prowadzi własną firmę SOCIAL MISJA DAGMARA RŻYSKA Posiada certyfikaty Wprowadzenie do UX Writingu, Mierniki UX, UX-PM Level 1 czy Google Ads: lead generation

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały w postaci prezentacji i skryptu zostaną udostępnione uczestnikom podczas usługi oraz po jej realizacji.

Warunki uczestnictwa

Warunkiem skorzystania z usługi jest bezpośredni zapis na usługę za pośrednictwem Bazy Usług Rozwojowych oraz wypełnienie ankiety oceniającej usługę rozwojową.

Informacje dodatkowe

Usługa jest zwolniona z podatku VAT w przypadku, kiedy przedsiębiorstwo zwolnione jest z podatku VAT lub dofinansowanie wynosi co najmniej 70%. W innej sytuacji do ceny netto doliczany jest podatek VAT w wysokości 23%. Podstawa: §3 ust. 1 pkt. 14 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20.12.2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz szczegółowych warunków stosowania tych zwolnień (Dz.U. z 2018 r., poz. 701).

Adres

ul. Romualda Mielczarskiego 8/7

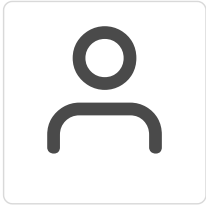
10-054 Olsztyn

woj. warmińsko-mazurskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Wi-fi

Kontakt



Marta Skraba

E-mail marta@it-ec.pl

Telefon (+48) 451 055 967