



Pakiet szkoleń Digital Marketing

Numer usługi 2026/03/25/10220/3435749

12 000,00 PLN brutto

9 756,10 PLN netto

226,42 PLN brutto/h

184,08 PLN netto/h

250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

sprawny.marketing
sp. z o.o.

★★★★★ 4,5 / 5

688 ocen

📍 Warszawa

🏢 Usługa szkoleniowa

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

👥 Zajęcia grupowe

🕒 53:00 h

📅 21.07.2026 do 11.12.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Usługa skierowana jest do:

- właścicieli firm i przedsiębiorców (MŚP), którzy chcą rozwijać sprzedaż online,
- specjalistów marketingu (junior/mid), którzy chcą podnieść swoje kompetencje w obszarze digital marketingu,
- osób odpowiedzialnych za marketing i sprzedaż w firmach,
- freelancerów i osób planujących rozpoczęcie działalności w obszarze marketingu internetowego,
- osób przebranżawiających się do marketingu,
- pracowników działów marketingu, e-commerce oraz komunikacji.

Usługa jest odpowiednia zarówno dla osób posiadających podstawową wiedzę marketingową, jak i tych, które chcą uporządkować i rozwinąć kompetencje w sposób kompleksowy i praktyczny.

Minimalna liczba uczestników

6

Maksymalna liczba uczestników

25

Data zakończenia rekrutacji

18-07-2026

Forma prowadzenia usługi

mieszana (stacjonarna połączona z usługą zdalną w czasie rzeczywistym)

Liczba godzin usługi

53

Cel

Cel edukacyjny

Usługa "Pakiet szkoleń Digital Marketing" potwierdza przygotowanie do samodzielnego planowania, realizacji i optymalizacji działań marketingowych w środowisku cyfrowym.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik zna zasady tworzenia strategii marketingowej w środowisku cyfrowym.	Wymienia elementy strategii marketingowej (cele, grupy docelowe, kanały).	Test teoretyczny
	Opisuje etapy planowania działań marketingowych.	Test teoretyczny
	Wskazuje zależności między strategią a działaniami operacyjnymi.	Test teoretyczny
Uczestnik zna zasady działania kanałów marketingu internetowego (SEO, SEM, social media).	Rozróżnia kanały marketingowe i ich zastosowanie.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Opisuje podstawowe mechanizmy działania reklamy w wyszukiwarkach i social media.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Wskazuje różnice między działaniami płatnymi i organicznymi.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik zna zasady funkcjonowania systemów reklamowych Google Ads oraz Meta Ads.	Opisuje strukturę konta reklamowego i kampanii.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Wskazuje dostępne formaty reklam i ich zastosowanie.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Wyjaśnia podstawowe modele rozliczeń (CPC, CPM, CPA).	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik zna podstawy analityki internetowej i pomiaru efektywności działań marketingowych.	Definiuje podstawowe wskaźniki efektywności (np. CTR, konwersja, ROI).	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Opisuje rolę narzędzi analitycznych w marketingu.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Wskazuje znaczenie danych w optymalizacji działań.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik zna zasady optymalizacji kampanii marketingowych w oparciu o dane.	Opisuje czynniki wpływające na skuteczność kampanii.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Wyjaśnia znaczenie testowania i iteracji w marketingu.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Wskazuje możliwe działania optymalizacyjne.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik zna podstawowe zasady projektowania doświadczeń użytkownika (UX) i ich wpływ na konwersję.	Opisuje pojęcie UX i user journey.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Wskazuje czynniki wpływające na użyteczność strony.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Wyjaśnia związek między UX a efektywnością marketingu.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem zawierają opis efektów uczenia się?

TAK

Pytanie 2. Czy dokument lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji i zgodnie z zaplanowanymi metodami walidacji?

TAK

Pytanie 3. Czy dokument lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

Program

- Usługa jest realizowana w godzinach zegarowych.
- Brak podziału na grupy.
- Przerwy są wliczone w godziny trwania usługi.
- Szkolenie nie wymaga wstępnego przygotowania.
- **Walidacja efektów usługi odbędzie się z wykorzystaniem testu zamkniętego z wynikiem generowanym automatycznie.**

Zakres tematyczny szkolenia:

1. Moduł "Google Ads PRO" - 21.07.2026 (Poznań)

- wprowadzenie do reklamy w wyszukiwarkach (SEM, SEO, PPC)
- budowa i struktura kampanii (kampanie, grupy, słowa kluczowe)
- tworzenie reklam i dobór rozszerzeń
- analiza wyników i podstawowa optymalizacja
- kampanie zaawansowane: YouTube Ads, GDN, Performance Max, Discovery
- remarketing oraz budowa lejków sprzedażowych
- automatyzacja kampanii (reguły, skrypty, Ads Editor)

1. Moduł "Projektowanie doświadczeń w praktyce" - 19.11.2026 (forma online)

- podstawy UX i zachowań użytkowników
- projektowanie ścieżek użytkownika (user journey)
- identyfikacja barier konwersji
- optymalizacja stron i landing pages (CRO)
- testowanie i usprawnianie doświadczeń użytkownika

1. Moduł "Pomiar i optymalizacja działań marketingowych" - 7.12.2026 (Warszawa)

- definiowanie konwersji i celów kampanii
- wdrażanie narzędzi analitycznych (np. Google Analytics, tagi)
- analiza efektywności kampanii i raportowanie
- optymalizacja działań w oparciu o dane
- zarządzanie budżetem reklamowym i ROI

1. Moduł "Strategia marketingowa" - 8.12.2026 (Warszawa)

- budowa strategii marketingowej i sprzedażowej
- określanie celów biznesowych i marketingowych
- analiza rynku, konkurencji i grup docelowych
- tworzenie lejków marketingowych (np. AIDA)
- dobór kanałów komunikacji i planowanie działań

1. Moduł "SEO: pozycjonowanie i link building" - 9.12.2026 (Warszawa)

- zasady działania wyszukiwarek i widoczności w Google
- dobór słów kluczowych i analiza intencji użytkownika
- optymalizacja techniczna i contentowa strony (on-site SEO)
- strategie pozyskiwania linków (link building)
- monitoring efektów SEO i narzędzia analityczne

1. Moduł "Facebook (META) Ads" - 10.12.2026 (Warszawa)

- prowadzenie działań marketingowych w social media
- konfiguracja konta reklamowego i Business Managera
- tworzenie i optymalizacja kampanii reklamowych
- targetowanie i segmentacja odbiorców
- analiza wyników i poprawa efektywności kampanii

1. Moduł "Copywriting sprzedażowy" - 11.12.2026 (Warszawa)

- tworzenie skutecznych tekstów reklamowych i sprzedażowych
- pisanie treści do kampanii (Google Ads, social media, landing pages)
- wykorzystanie języka korzyści i technik perswazji
- dopasowanie komunikacji do grupy docelowej
- podstawy storytellingu i content marketingu

Formy realizacji:

- szkolenia realizowane w formie warsztatowej, z naciskiem na praktykę,
- ćwiczenia na realnych przypadkach i narzędziach marketingowych,
- możliwość pracy na własnych projektach uczestników,
- konsultacje z trenerami - praktykami marketingu.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 74

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
1 z 74 Tworzenie lejka zakupowego w Google Ads	Łukasz Chwiszczuk	21-07-2026	10:00	10:15	00:15	Tak
2 z 74 Reklama video w obrębie YouTube	Łukasz Chwiszczuk	21-07-2026	10:15	11:30	01:15	Tak
3 z 74 Przerwa	Łukasz Chwiszczuk	21-07-2026	11:30	11:45	00:15	Tak
4 z 74 Remarketing w Google Ads	Łukasz Chwiszczuk	21-07-2026	11:45	12:30	00:45	Tak
5 z 74 Ads Editor (przyśpiesz swoją pracę na koncie Google Ads)	Łukasz Chwiszczuk	21-07-2026	12:30	13:00	00:30	Tak
6 z 74 Przerwa obiadowa	Łukasz Chwiszczuk	21-07-2026	13:00	14:00	01:00	Tak
7 z 74 Kampanie w wyszukiwarce bez użycia słów kluczowych - DSA	Łukasz Chwiszczuk	21-07-2026	14:00	14:30	00:30	Tak
8 z 74 Pozostałe typy kampanii Google Ads / Nowości w Google Ads	Łukasz Chwiszczuk	21-07-2026	14:30	15:15	00:45	Tak
9 z 74 Przerwa kawowa	Łukasz Chwiszczuk	21-07-2026	15:15	15:30	00:15	Tak

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
10 z 74 Automatyzacja pracy na koncie Google Ads	Łukasz Chwiszczuk	21-07-2026	15:30	16:00	00:30	Tak
11 z 74 Pytania i odpowiedzi	Łukasz Chwiszczuk	21-07-2026	16:00	17:00	01:00	Tak
12 z 74 Rozpoczęcie szkolenia	Martyna Tarnawska	19-11-2026	10:00	10:30	00:30	Nie
13 z 74 Service Blueprint – mapowanie procesu	Martyna Tarnawska	19-11-2026	10:30	11:45	01:15	Nie
14 z 74 Jak mierzyć, badać i sprawdzać doświadczenia w firmie?	Martyna Tarnawska	19-11-2026	11:45	12:30	00:45	Nie
15 z 74 Przerwa kawowa	Martyna Tarnawska	19-11-2026	12:30	12:45	00:15	Nie
16 z 74 Value Proposition & Jobs To Be Done	Martyna Tarnawska	19-11-2026	12:45	14:00	01:15	Nie
17 z 74 Przerwa obiadowa (we własnym zakresie)	Martyna Tarnawska	19-11-2026	14:00	15:00	01:00	Nie
18 z 74 Praca na scenariuszach z pain pointsami	Martyna Tarnawska	19-11-2026	15:00	15:45	00:45	Nie

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
19 z 74 Projektowanie momentów „wow” – model KANO, cechy-wabiki	Martyna Tarnawska	19-11-2026	15:45	16:30	00:45	Nie
20 z 74 Przerwa kawowa	Martyna Tarnawska	19-11-2026	16:30	16:45	00:15	Nie
21 z 74 AI w experience design – narzędzia przyszłości	Martyna Tarnawska	19-11-2026	16:45	17:15	00:30	Nie
22 z 74 Podsumowanie: jak wdrażać projektowanie doświadczeń w organizacji	Martyna Tarnawska	19-11-2026	17:15	17:45	00:30	Nie
23 z 74 Checkout – podsumowanie, wyciągnięcie inspiracji	Martyna Tarnawska	19-11-2026	17:45	17:55	00:10	Nie
24 z 74 Walidacja usługi (test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie)	Martyna Tarnawska	19-11-2026	17:55	18:00	00:05	Nie
25 z 74 Wprowadzenie do szkolenia	Witold Wrodarczyk	07-12-2026	10:00	10:30	00:30	Tak
26 z 74 Analiza kosztów krańcowych	Witold Wrodarczyk	07-12-2026	10:30	11:45	01:15	Tak
27 z 74 Przerwa	Witold Wrodarczyk	07-12-2026	11:45	12:00	00:15	Tak

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
28 z 74 Pomiary efektywności działań	Witold Wrodarczyk	07-12-2026	12:00	13:15	01:15	Tak
29 z 74 Przerwa obiadowa	Witold Wrodarczyk	07-12-2026	13:15	14:15	01:00	Tak
30 z 74 Portfolio bidding	Witold Wrodarczyk	07-12-2026	14:15	15:30	01:15	Tak
31 z 74 Przerwa	Witold Wrodarczyk	07-12-2026	15:30	15:45	00:15	Tak
32 z 74 Polityka cenowa a marketing	Witold Wrodarczyk	07-12-2026	15:45	17:00	01:15	Tak
33 z 74 Panel dyskusyjny	Witold Wrodarczyk	07-12-2026	17:00	18:00	01:00	Tak
34 z 74 Strategia marketingowa , strategia komunikacji, strategia sprzedaży i inne – co wchodzi w ich skład? Kiedy i której potrzebujesz?	Paweł Tkaczyk	08-12-2026	10:00	11:00	01:00	Tak
35 z 74 Analizy wstępne na przykładzie analizy SWOT	Paweł Tkaczyk	08-12-2026	11:00	11:30	00:30	Tak
36 z 74 Przerwa kawowa	Paweł Tkaczyk	08-12-2026	11:30	11:45	00:15	Tak
37 z 74 Macierz BCG i podstawowe sposoby mierzenia sukcesu rynkowego	Paweł Tkaczyk	08-12-2026	11:45	12:45	01:00	Tak

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
38 z 74 Cykl życia produktu i dostosowanie strategii do poszczególnych faz cyklu życia	Paweł Tkaczyk	08-12-2026	12:45	13:30	00:45	Tak
39 z 74 Przerwa obiadowa	Paweł Tkaczyk	08-12-2026	13:30	14:30	01:00	Tak
40 z 74 Segmentacja, targetowanie, pozycjonowanie, czyli trzy centralne filary strategii marketingowej	Paweł Tkaczyk	08-12-2026	14:30	15:30	01:00	Tak
41 z 74 Dobór kanałów marketingowych i persony	Paweł Tkaczyk	08-12-2026	15:30	16:30	01:00	Tak
42 z 74 Przerwa kawowa	Paweł Tkaczyk	08-12-2026	16:30	16:45	00:15	Tak
43 z 74 Dobre i złe przykłady	Paweł Tkaczyk	08-12-2026	16:45	17:00	00:15	Tak
44 z 74 Wprowadzenie: Przyszłość i Przyszłość w SEO	Jarosław Dudek, Mariusz Bacic	09-12-2026	10:00	10:15	00:15	Tak
45 z 74 Fundamenty SEO	Jarosław Dudek, Mariusz Bacic	09-12-2026	10:15	10:30	00:15	Tak
46 z 74 Optymalizacja On-page	Jarosław Dudek, Mariusz Bacic	09-12-2026	10:30	11:45	01:15	Tak
47 z 74 Content marketing	Jarosław Dudek, Mariusz Bacic	09-12-2026	11:45	13:15	01:30	Tak

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
48 z 74 Przerwa obiadowa (we własnym zakresie)	Jarosław Dudek, Mariusz Bacic	09-12-2026	13:15	14:15	01:00	Tak
49 z 74 Sesja narzędziowa (możliwość pracy na przykładach uczestników)	Jarosław Dudek, Mariusz Bacic	09-12-2026	14:15	15:45	01:30	Tak
50 z 74 Link Building	Jarosław Dudek, Mariusz Bacic	09-12-2026	15:45	16:15	00:30	Tak
51 z 74 Analiza Linków, Monitorowanie Efektów SEO & Raportowanie	Jarosław Dudek, Mariusz Bacic	09-12-2026	16:15	17:00	00:45	Tak
52 z 74 Panel dyskusyjny	Jarosław Dudek, Mariusz Bacic	09-12-2026	17:00	18:00	01:00	Tak
53 z 74 Wprowadzenie do zakupu powierzchni reklamowej - możliwości Facebooka	Szymon Florczak	10-12-2026	10:00	10:30	00:30	Tak
54 z 74 Pixel, Google Tag Manager, SDK, API konwersji	Szymon Florczak	10-12-2026	10:30	11:15	00:45	Tak
55 z 74 Przerwa	Szymon Florczak	10-12-2026	11:15	11:30	00:15	Tak
56 z 74 Rozwiązania dla e-commerce na Facebooku	Szymon Florczak	10-12-2026	11:30	12:15	00:45	Tak

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
57 z 74 Kreatywne pomysły na kampanie	Szymon Florczak	10-12-2026	12:15	12:45	00:30	Tak
58 z 74 Messenger Marketing + boty	Szymon Florczak	10-12-2026	12:45	13:00	00:15	Tak
59 z 74 AI i Metaverse	Szymon Florczak	10-12-2026	13:00	13:45	00:45	Tak
60 z 74 Przerwa obiadowa (we własnym zakresie)	Szymon Florczak	10-12-2026	13:45	14:45	01:00	Tak
61 z 74 Lejki sprzedaży i strategie remarketingowe	Szymon Florczak	10-12-2026	14:45	15:30	00:45	Tak
62 z 74 Optymalizacja kampanii	Szymon Florczak	10-12-2026	15:30	16:00	00:30	Tak
63 z 74 Przerwa kawowa	Szymon Florczak	10-12-2026	16:00	16:15	00:15	Tak
64 z 74 Jak sprawdzić efektywność działań?	Szymon Florczak	10-12-2026	16:15	17:00	00:45	Tak
65 z 74 Zewnętrzne narzędzia, które wzbogacą Twój Facebook marketing	Szymon Florczak	10-12-2026	17:00	17:15	00:15	Tak
66 z 74 Sesja Q&A	Szymon Florczak	10-12-2026	17:15	18:00	00:45	Tak

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
67 z 74 Sprzedaż słowami. Co tak naprawdę chcesz osiągnąć?	Paweł Tkaczyk	11-12-2026	10:00	11:45	01:45	Tak
68 z 74 Przerwa	Paweł Tkaczyk	11-12-2026	11:45	12:00	00:15	Tak
69 z 74 Jaki powinien być dobry tekst? Bierzymy się do pracy	Paweł Tkaczyk	11-12-2026	12:00	13:00	01:00	Tak
70 z 74 Przerwa obiadowa (we własnym zakresie)	Paweł Tkaczyk	11-12-2026	13:00	13:45	00:45	Tak
71 z 74 Techniki budowania. Bo dobry tekst budujemy z klocków.	Paweł Tkaczyk	11-12-2026	13:45	15:00	01:15	Tak
72 z 74 Dobre praktyki. Konkretnie: jak pisać na przykład newsletter?	Paweł Tkaczyk	11-12-2026	15:00	16:00	01:00	Tak
73 z 74 Przerwa	Paweł Tkaczyk	11-12-2026	16:00	16:15	00:15	Tak
74 z 74 Inspiracje. Jak być lepszym copywriterem ?	Paweł Tkaczyk	11-12-2026	16:15	17:00	00:45	Tak

Cennik

Jeżeli korzystasz z dofinansowania i usługa stanowi usługę kształcenia zawodowego lub przekwalifikowania zawodowego wraz z usługą lub dostawą towarów ściśle związaną z usługami kształcenia zawodowego lub

przekwalifikowania zawodowego to możesz mieć możliwość skorzystania za zwolnienia z podatku VAT na podstawie art. 43 ust. 1 pkt 29 lit. c ustawy z dnia 11 marca 2024 r. o podatku od towarów i usług, jeśli usługa w całości jest finansowana ze środków publicznych lub § 3 ust. 1 pkt 14 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20 grudnia 2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień w przypadku, gdy usługa jest finansowana w co najmniej 70% ze środków publicznych.

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	12 000,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	9 756,10 PLN
Koszt osobogodziny brutto	226,42 PLN
Koszt osobogodziny netto	184,08 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 6



1 z 6

Paweł Tkaczyk

Budowa silnych marek, Storytelling, Copywriting Sprzedażowy, Employer Branding
Jeden z najbardziej rozpoznawalnych ekspertów od budowania marki w Polsce. Założyciel firmy MIDEA, Jego książki „Zakamarki marki” oraz "Grywalizacja" są bestsellerami i lekturą obowiązkową na najlepszych polskich uczelniach. Od 17 lat buduje silne marki, współpracował m.in. z HBO, Orange czy Google. Współtworzył lub konsultował marki pracodawcy dla Capgemini, Objectivity czy Orange.

2001 – 2003 - Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu - (MBA) Marketing

1997 – 2000 Wrocław School of Marketing and Management - Marketing

Prelegent na branżowych konferencjach takich jak Infoshare w Gdańsku czy I Love Marketing w Warszawie.

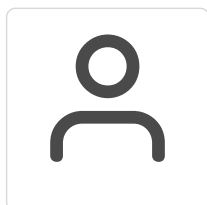
Prowadzi także wykłady i szkolenia w ramach współpracy z firmami w całej Polsce.



2 z 6

Witold Wrodarczyk

Certyfikowany specjalista Google Ads, Analytics i Facebooka. Doradca Inwestycyjny, ekspert w zakresie ekonomiki kampanii reklamowych i modelowania atrybucji. Prelegent m.in. I



3 z 6

Łukasz Chwiszczuk

wolennik optymalizacji i wyciągania maksymalnych efektów z każdej kampanii. Doskonalił swoje umiejętności prowadząc projekty dla kilku agencji i domów mediowych.

W swoim portfolio ma zrealizowane projekty dla takich marek jak: Ford, Volvo, mBank, meritumBank,

PZU, BZ WBK, Bosch i wielu wielu innych.

Prowadzi stałe szkolenia i praktyczne warsztaty z SEM. Certyfikowany specjalista Google. Prelegent na semKRRK, SEMcamp i Akademii Google Partners.



4 z 6

Jarosław Dudek, Mariusz Bacic

Mariusz Bacic: SEO Specialist / Specjalista SEO w MaxROY.agency Owner Nazwa firmy External.pl, Specjalista SEO Nazwa firmy- Freelancer Politechnika Poznańska Tytuł/stopień wykształcenia Inżynier (Inż.) Kierunek studiów Zarządzanie Ocena 4 Okres studiów lub data ukończenia 2011 – 2015 Aktywność i stowarzyszenia: Praca dyplomowa inżynierska - Ocena aspektów marketingowych w sprzedaży stacjonarnej oraz internetowej wybranego produktu na przykładzie przedsiębiorstwa handlowego 64h przeprowadzonych szkoleń w zakresie SEO SEO Manager Nazwa firmy MaxROY.agency trener sprawny.marketing

Jarosław Dudek: SEO Specialist / Specjalista SEO w MaxROY.agency Owner Nazwa firmy External.pl, Specjalista SEO Nazwa firmy- Freelancer Politechnika Poznańska Tytuł/stopień wykształcenia Inżynier (Inż.) Kierunek studiów Zarządzanie Ocena 4 Okres studiów lub data ukończenia 2011 – 2015 Aktywność i stowarzyszenia: Praca dyplomowa inżynierska - Ocena aspektów marketingowych w sprzedaży stacjonarnej oraz internetowej wybranego produktu na przykładzie przedsiębiorstwa handlowego 64h przeprowadzonych szkoleń w zakresie SEO SEO Manager Nazwa firmy MaxROY.agency trener sprawny.marketing



5 z 6

Szymon Florczak

Marketer zafascynowany światem social media, szybkością ich rozwoju oraz możliwościami jakie stwarzają.

Na co dzień wykorzystuje potencjał mediów społecznościowych w działaniach marketingowych klientów jako Head of Social Media w MaxROY.agency.

Żadne kanały społecznościowe nie są mu starsze. Porusza się pewnie w ekosystemach reklamowych Facebook Ads, Instagram Ads (Meta Ads), Pinterest Ads, TikTok Ads, Snapchat Ads, LinkedIn Ads.

Jeden z nielicznych szkoleniowców posiadający oficjalny certyfikat potwierdzający jego wiedzę, wydawany przez Facebooka (Certified Buying Professional).



6 z 6

Martyna Tarnawska

Entuzjastka świata digital i nowych technologii, trenerka, facylitatorka i project managerka z ponad 10-letnim doświadczeniem w pracy z biznesem, HR i edukacją. Wierzy, że w życiu i biznesie wszystko da się zaprojektować – od spotkania zespołowego i konferencji, poprzez zachwycające produkty i usługi, aż po efektywne warsztaty i inspirujące szkolenia.

Przeprowadziła ponad 2000 godzin warsztatowych i szkoleniowych w tematyce w tematyce projektowania w biznesie (Service Design, Design Thinking, Experience Design), komunikacji w kanałach internetowych (digital marketing, trendy w digitalu) i samego projektowania spotkań (facylitacja). Pracowała m.in. z zespołami firm takich jak: Google, Orange, PKO Bank Polski, DHL, Canpack, Pepsi, EY, HPE, TESCO, NEUCA, Wydawnictwo Znak czy Uniwersytet Warszawski. Absolwentka Hyper Island i The College of Extraordinary Experiences. Znana z energii, praktycznego podejścia i umiejętności przekładania teorii na konkretne narzędzia i działania.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

- Materiały trenera, wysyłane po szkoleniu.
- Prezentacja szkoleniowa.
- Certyfikat, potwierdzający uczestnictwo w szkoleniu.

W przypadku szkoleń zdalnych, nie udostępniamy Uczestnikom oraz Operatorom zapisu szkolenia - szkolenia online nie są nagrywane.

Warunki uczestnictwa

Do udziału w szkoleniu online niezbędne jest stabilne połączenie z Internetem oraz:

- komputer stacjonarny/laptop/tablet,
- kamera, mikrofon, głośniki lub słuchawki.

Uczestnik połączy się z wirtualną salą szkoleniową dzięki dostępowi (link do platformy ZOOM), wysłanemu dzień przed szkoleniem przez Realizatora usługi. Ważność dostępu obowiązuje do momentu zakończenia szkolenia.

Informacje dodatkowe

Usługobiorców, którzy otrzymali dofinansowanie na poziomie min. 70% ceny szkolenia, obowiązuje zwolnienie z podatku VAT, na podstawie par. 3. ust. 1 pkt 14 Rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 20.12.2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień.

Warunki techniczne

Usługa prowadzona jest za pośrednictwem platformy ZOOM.

W celu odbioru transmisji Szkolenia online Uczestnik powinien dysponować:

- komputerem z zainstalowanym system operacyjnym Windows 7 albo nowszym albo macOS Sierra (10.12.6) albo nowszym lub urządzeniem mobilnym z zainstalowanym systemem operacyjnym Android (Lollipop) wersja 5.0 albo nowszym lub iOS wersja 9.3.5, albo nowszym, wyposażonym w ekran i głośniki;
- dostęp do sieci Internet, w zależności od wybranej jakości transmisji, o przepustowości łącza co najmniej: 240p 500 kbps 360p 1 Mbps 720p 3 Mbps, 1080p 7 Mbps 2K 12 Mbps 4K 22 Mbps;
- aktualną wersją przeglądarki Firefox, Opera, Microsoft Edge, Chrome lub Safari;
- kamerką internetową i mikrofonem – jeżeli Uczestnik chce być widoczny i porozumiewać się głosowo z prowadzącym Szkolenie online;
- Adobe acrobat w najnowszej wersji.

Nie udostępniamy Uczestnikom oraz Operatorom zapisu szkolenia - szkolenia online nie są nagrywane.

Adres

ul. Grzybowska 56
00-844 Warszawa
woj. mazowieckie

Usługi realizowane w Warszawie - ADN Centrum Konferencyjne, Grzybowska 56, 00-844 Warszawa
Usługi realizowane w Poznaniu - Novotel Poznań Centrum, Pl. Władysława Andersa 1, 61-894 Poznań

Usługi online są realizowane za pośrednictwem platformy ZOOM.

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Monika Bartnikowska

E-mail monika.bartnikowska@sprawnymarketing.pl

Telefon (+48) 577 331 077