



## Skuteczna Reklama w Google ADS [kurs online]

Numer usługi 2026/04/15/178714/3490255

922,50 PLN brutto  
750,00 PLN netto  
92,25 PLN brutto/h  
75,00 PLN netto/h  
250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

DIGITALK Artur  
Jabłoński

★★★★★ 4,9 / 5

33 oceny

📄 Usługa szkoleniowa

📺 zdalna

🕒 10:00 h

📅 20.04.2026 do 20.04.2027

## Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Usługa jest skierowana do osób, które chcą nabyć lub podnieść swoje kompetencje w obszarze marketingu internetowego. W szczególności do:

- **Właścicieli małych i średnich firm**, którzy chcą samodzielnie generować sprzedaż i zapytania ofertowe.
- **Pracowników działów marketingu**, odpowiedzialnych za promocję marki i efektywne wydatkowanie budżetów reklamowych.
- **Freelancerów i osób planujących przebranżowienie**, aspirujących do roli specjalisty PPC (Pay-Per-Click).

Minimalna liczba uczestników

1

Maksymalna liczba uczestników

100

Forma prowadzenia usługi

zdalna

Liczba godzin usługi

10

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

## Cel

### Cel edukacyjny

Celem usługi szkoleniowej jest nabycie przez uczestników wiedzy oraz praktycznych umiejętności w zakresie samodzielnego planowania, konfigurowania, optymalizowania i mierzenia skuteczności kampanii reklamowych w systemie Google Ads. Uczestnik po zakończeniu kursu będzie potrafił profesjonalnie zarządzać budżetem reklamowym, dobrać odpowiednie formaty reklamowe do celów biznesowych oraz interpretować dane analityczne w celu zwiększenia zwrotu z inwestycji (ROI).

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

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik zna architekturę systemu Google Ads oraz mechanizmy rankingu reklam.	Uczestnik potrafi poprawnie opisać różnice między siecią wyszukiwania a siecią reklamową oraz wskazać czynniki wpływające na Wynik Jakości.	Test teoretyczny
Uczestnik samodzielnie tworzy i konfiguruje kampanie w sieci wyszukiwania oraz kampanie produktowe	Uczestnik potrafi wygenerować listę słów kluczowych, dobrać typy dopasowań i sformułować co najmniej 3 warianty elastycznych reklam tekstowych zgodnych z dobrymi praktykami.	Test teoretyczny
Uczestnik implementuje narzędzia analityczne i kody konwersji do mierzenia skuteczności działań.	Uczestnik potrafi analizować kluczowe wskaźniki efektywności (KPI), diagnozować problemy w kampanii (np. niska konwersja na landing page'u, niedopasowanie oferty) i podejmować świadome decyzje optymalizacyjne.	Test teoretyczny
Uczestnik analizuje raporty i optymalizuje kampanie w celu zwiększenia wskaźników ROI/ROAS	Uczestnik potrafi zinterpretować dane z raportu „Wyszukiwane hasła” i na ich podstawie dodać wykluczające słowa kluczowe oraz zmodyfikować stawki CPC	Test teoretyczny

## 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

## Moduł I Wstęp do Google Ads

- 1.1 Witaj w kursie
- 1.2 Wstęp do Google ADS
- 1.3 Zmiana roli specjalisty – jak współpracować z AI, a nie z nią walczyć?

## Moduł II Google Ads w Twoim biznesie

- 2.1 Czym jest lejek marketingowy?
- 2.2 Rola Google Ads na różnych etapach lejka marketingowego
- 2.3 Jak połączyć działania w Google z reklamą na Facebooku?
- 2.4 Jak połączyć działania w Google z reklamą na LinkedInie?

## Moduł III Konfiguracja konta Google Ads

- 3.1 Zakładanie konta Google Ads
- 3.2 Weryfikacja konta
- 3.3 Jak poruszać się po koncie/panelu?
- 3.4 Dostęp do konta
- 3.5 Połączenie konta z usługami Google
- 3.6 Consent mode
- 3.7 Grupy kampanii

## Moduł IV Budowanie fundamentów analitycznych

- 4.1 Jak wyznaczać konwersję i ich wartość?
- 4.2 Jak dodać konwersję Google Ads i zrozumieć modele atrybucji
- 4.3 Dodanie tagu konwersji Google Ads
- 4.4 Czym są konwersje rozszerzone?

## Moduł V Przygotowania do pierwszej kampanii

- 5.1 Rodzaje kampanii w Google Ads
- 5.2 Budowa struktury kampanii
- 5.3 AI w planowaniu kampanii – generowanie struktury kampanii

## Moduł VI Kierowanie reklam

- 6.1 Jak działa lokalizacja Google Ads?
- 6.2 Słowa kluczowe
- 6.3 Grupy odbiorców
- 6.4 Kierowanie reklam na treść
- 6.5 Dane demograficzne
- 6.6 Google Analytics w kampaniach Google Ads
- 6.7 Jak używać AI do analizy słów kluczowych?

## Moduł VII Budżety

### 7.1 Strategie ustawianie stawek

### 7.2 Budżety kampanii

## Moduł VIII Komunikacja

### 8.1 Jak pisać teksty reklam Google Ads?

### 8.2 Sztuczna inteligencja przy pisaniu tekstów

## Moduł IX Rozszerzenie reklam

### 9.1 Jak skutecznie wykorzystać rozszerzenia reklam w Google Ads

### 9.2 Dodatkowe rozszerzenia reklam

## Moduł X Kampanie w sieci wyszukiwania

### 10.1 Konfiguracja kampanii w sieci wyszukiwania

### 10.2 Konfiguracja dynamicznych kampanii w sieci wyszukiwania

### 10.3 Konfiguracja kampanii AI MAX

### 10.4 Kampanie RLSA

### 10.5 Optymalizacja kampanii w sieci wyszukiwania

## Moduł XI Kampanie w sieci reklamowej

### 11.1 Konfiguracja kampanii w sieci reklamowej

### 11.2 Wykluczenie aplikacji mobilnych

### 11.3 Optymalizacja kampanii w sieci reklamowej

### 11.4 Remarketing dynamiczny

## Moduł XII Generowania Popytu (Demand Gen)

### 12.1 Jak skutecznie skonfigurować kampanię generowania popytu

### 12.2 Optymalizacja kampanii generowania popytu

## Moduł XIII Kampanie produktowe

### 13.1 Przygotowanie pliku produktowego

### 13.2 Konfiguracja kampanii produktowej

### 13.3 Optymalizacja kampanii produktowej

## Moduł XIV Performance Max

### 14.1 Jak skonfigurować kampanię Performance Max w Google Ads

### 14.2 Optymalizacja kampanii Performance Max

### 14.3 Analiza i optymalizacja grup zasobów

## Moduł XV Kampanie video

### 15.1 Konfiguracja kampanii video

### 15.2 Jak stworzyć film do kampanii video?

### 15.3 Optymalizacja kampanii video

## Moduł XVI Zakończenie/Q&A

16.2. AI Overviews- jak przygotować się na nową erę wyszukiwania?

16.3 AI w planowaniu kampanii – scenariusze budżetowe i sezonowość

16.4 AI w analizie danych reklamowych – gotowe prompty do raportowania i szukania insightów

16. 5 AI w analizie kampanii – jaka komunikacja jest skuteczna?

## Cennik

**Jeżeli korzystasz z dofinansowania w wysokości co najmniej 70% przysługuje Tobie zwolnienie z podatku VAT**

### Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	922,50 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	750,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	92,25 PLN
Koszt osobogodziny netto	75,00 PLN

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Dostęp do lekcji umieszczonych na platformie.

Certyfikat ukończenia kursu.

Dostęp do zamkniętej grupy na Facebooku, gdzie można konsultować swoje działania.

## Warunki techniczne

### 4. WYMAGANIA TECHNICZNE.

1. Korzystanie z Serwisu możliwe jest pod warunkiem spełnienia po stronie Klienta następujących wymagań technicznych:
2. posiadania urządzenia końcowego (komputer/tablet/telefon komórkowy) umożliwiającego dostęp do sieci Internet, wyposażonego w sprawny system operacyjny,
3. zainstalowania na urządzeniu, o którym mowa w pkt a) powyżej wersji przeglądarki internetowej zapewniającej dostęp do zasobów sieci Internet, takiej jak: Internet Explorer, Google Chrome, Mozilla Firefox, Apple Safari lub innej kompatybilnej, obsługującej pliki cookies,
4. posiadania aktywnego konta poczty e-mail.
5. Celem zapoznania się z zawartością danego Kursu bądź udziału w Webinarze i płynnego odtwarzania transmisji, wymagane jest łącze internetowe o minimalnej prędkości 3 Mb/s oraz posiadanie urządzenia zdolnego do odbioru dźwięku (głośniki lub słuchawki).

6. Przed skorzystaniem z Serwisu Klient obowiązany jest sprawdzić, czy posiadane przez niego urządzenie spełnia wymogi techniczne określone w Regulaminie. W razie wątpliwości co do technicznych możliwości korzystania z Serwisu Klient powinien wysłać stosowne zapytanie do Usługodawcy na adres: poczta@arturjablonski.com; szkolenia@digitalk.pl; 601304784
7. Jakość odtwarzanych materiałów wideo dostępnych w ramach danego Kursu lub jakość transmisji Webinarów może zależeć od parametrów technicznych połączenia internetowego oraz parametrów technicznych urządzenia, na którym odtwarzane będą materiały wideo.
8. Usługodawca doloży należytej staranności, aby korzystanie z Serwisu było poprawne. Jednak Usługodawca nie gwarantuje, iż nie wystąpią problemy z dostępem treści prezentowanych w ramach Serwisu. Przypadki takie, wraz z ich szczegółowym opisem należy zgłaszać do Usługodawcy na adres e-mail: poczta@arturjablonski.com; szkolenia@digitalk.pl; 601304784
9. Usługodawca informuje, iż problemy techniczne bądź ograniczenia techniczne występujące na sprzęcie, z którego korzysta Klient (zapory sieciowe, niewłaściwe wersje przeglądarki internetowej, programy antywirusowe i inne) mogą ograniczyć lub uniemożliwić Klientowi dostęp do Kursów oferowanych w ramach Serwisu.
10. Usługodawca za pośrednictwem Serwisu udostępnia Treści Cyfrowe 24 godziny na dobę, 7 dni w tygodniu przez cały rok. Usługodawca zastrzega sobie prawo do przerw serwisowych. O przerwach technicznych i czasie ich trwania Usługodawca będzie w miarę możliwości informował poprzez dostępne mu środki, w szczególności poprzez umieszczanie stosownych komunikatów w Serwisie.
11. Wszelkie działania podejmowane przez osoby trzecie, które mają dostęp do urządzenia dostępowego Klienta podczas aktywnego zalogowania się do Serwisu, są odnotowywane jako działania Klienta. Klient ponosi wyłączną odpowiedzialność za konsekwencje udostępnienia urządzenia końcowego innym osobom lub pozostawienia go bez nadzoru.

## Kontakt



**Agnieszka Kubasiewicz**

**E-mail** szkolenia@digitalk.pl

**Telefon** (+48) 601 304 784