

Publico

Publico Anna  
Kornacka

★★★★★ 5,0 / 5

85 ocen

**Obecność marki w sieci - strategia marketingowa zwiększająca sprzedaż w firmie z wykorzystaniem dostępnych narzędzi internetowych.**

Numer usługi 2026/04/20/52858/3499388

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

📄 Usługa szkoleniowa

🕒 32 h

📅 22.06.2026 do 25.06.2026

6 200,00 PLN brutto

6 200,00 PLN netto

193,75 PLN brutto/h

193,75 PLN netto/h

187,50 PLN cena rynkowa ⓘ

## Informacje podstawowe

<b>Kategoria</b>	Biznes / Marketing
<b>Grupa docelowa usługi</b>	Szkolenie przeznaczone jest dla właścicieli firm z sektora MŚP, pracowników działów marketingu oraz osób, które chcą poszerzać swoje umiejętności w zakresie marketingu internetowego.
<b>Minimalna liczba uczestników</b>	3
<b>Maksymalna liczba uczestników</b>	10
<b>Data zakończenia rekrutacji</b>	21-06-2026
<b>Forma prowadzenia usługi</b>	zdalna w czasie rzeczywistym
<b>Liczba godzin usługi</b>	32
<b>Podstawa uzyskania wpisu do BUR</b>	Certyfikat systemu zarządzania jakością wg. ISO 9001:2015 (PN-EN ISO 9001:2015) - w zakresie usług szkoleniowych

## Cel

### Cel edukacyjny

Celem szkolenia jest zdobycie, poszerzenie, uporządkowanie wiedzy z zakresu strategii marketingu internetowego, przygotowanie uczestników szkolenia do skutecznego wykorzystania narzędzi marketingu internetowego w promowaniu przedsiębiorstwa oraz oceny skuteczności prowadzonych działań marketingowych, jako podstawy do wprowadzania w nich zmian. Zwiększenie świadomości roli tych narzędzi w komunikacji z klientami.

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

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Nabycie wiedzy z zakresu budowania marki w sieci	Uczestnik opisuje zasady budowania obecności marki w Internecie oraz jej znaczenie dla sprzedaży.	Wywiad swobodny
	Uczestnik identyfikuje narzędzia marketingu internetowego (m.in. media społecznościowe, Google, e-mail marketing) i określa ich zastosowanie.	Wywiad swobodny
	Uczestnik charakteryzuje cele kampanii marketingowych prowadzonych w Internecie oraz sposoby ich realizacji.	Wywiad swobodny
	Uczestnik wyjaśnia zasady prawidłowego korzystania z wizytówki Google Business Profile (Google Moja Firma).	Wywiad swobodny
Nabycie umiejętności z zakresu obecności marki w sieci	Uczestnik tworzy podstawową strategię marketingową obecności marki w Internecie.	Wywiad swobodny
	Uczestnik zakłada i konfiguruje profile firmowe w mediach społecznościowych (Facebook, Instagram) oraz w usługach Google.	Wywiad swobodny
	Uczestnik planuje i przygotowuje scenariusze kampanii marketingowych (w tym e-mail marketingowych i reklamowych).	Wywiad swobodny
	Uczestnik publikuje i redaguje treści marketingowe dostosowane do różnych platform internetowych.	Wywiad swobodny
	Uczestnik planuje prostą strategię komunikacji w mediach społecznościowych i wdraża działania komunikacyjne online.	Wywiad swobodny
	Uczestnik dobiera narzędzia internetowe do realizacji działań marketingowych i sprzedażowych.	Wywiad swobodny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Nabycie kompetencji społecznych związanych z obecnością marki w sieci	Uczestnik świadomie buduje wizerunek marki w Internecie.	Wywiad swobodny
	Uczestnik dostosowuje komunikację marketingową do grupy docelowej.	Wywiad swobodny
	Uczestnik rozumie znaczenie spójności działań marketingowych w kanałach online.	Wywiad swobodny
	Uczestnik rozwija odpowiedzialne podejście do prowadzenia działań promocyjnych w środowisku cyfrowym.	Wywiad swobodny

## 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

Program szkolenia obejmuje kompleksowe zagadnienia związane z budowaniem obecności marki w Internecie oraz tworzeniem i wdrażaniem strategii marketingu online ukierunkowanej na zwiększanie sprzedaży. Uwzględnia zarówno działania w obszarze marketingu w wyszukiwarkach internetowych, jak i wykorzystanie różnorodnych narzędzi e-marketingu, w tym mediów społecznościowych, e-mail marketingu, reklamy internetowej oraz kanałów afiliacyjnych i content marketingowych.

Uczestnicy zapoznają się z zasadami funkcjonowania najważniejszych kanałów promocji online, mechanizmami pozycjonowania i reklamy w wyszukiwarkach oraz sposobami optymalizacji działań marketingowych w oparciu o wskaźniki efektywności. Program obejmuje również zagadnienia związane z analizą rynku, segmentacją grup docelowych oraz planowaniem i wdrażaniem spójnej strategii komunikacji marketingowej.

Istotnym elementem szkolenia jest rozwój umiejętności praktycznych w zakresie tworzenia kampanii marketingowych, doboru narzędzi promocji oraz oceny skuteczności działań w środowisku cyfrowym. Szkolenie łączy wiedzę teoretyczną z praktyką, umożliwiając uczestnikom samodzielne planowanie i realizację działań marketingowych w Internecie.

### **Moduł 1. Marketing w wyszukiwarkach internetowych Google, Yahoo, Yandex, Baidu, inne.**

- Omówienie rynków docelowych dla poszczególnych wyszukiwarek.
- Pozycjonowanie stron w wyszukiwarkach
- Reklama w linkach sponsorowanych Google Adwords
- Optymalizacja i pozycjonowanie – najważniejsze zasady i priorytety algorytmów wyszukiwarki Google.

### **Moduł 2. Pozostałe narzędzia e-marketingu**

- Marketing poprzez pocztę E-mail
- marketing społecznościowy (Facebook, Google, Instagram, Youtube)
- programy afiliacyjne/partnerskie
- reklamy banerowe
- reklama kontekstowa
- aukcje
- zakupy grupowe
- porównywarki cen
- kreatorzy opinii – blogi, fora dyskusyjne, listy dyskusyjne, poradniki, testerzy produktów, radio i telewizja internetowa, YouTube
- darmowe formy promocji

### **Moduł 3. Tworzenie strategii marketingu online**

- Elementy efektywnej komunikacji: narzędzia, grupa docelowa, komunikat
- Cele kampanii a formaty reklamowe
- Mierzenie efektywności poszczególnych narzędzi marketingowych i wybór optymalnych narzędzi
- Wskaźniki mediowe: CPM, CPC, CPL, CTR
- Jak wykorzystać kryptowaluty w marketingu
- Kampanie marketingowe w Polsce

### **Moduł 4. Możliwości strategii marketingowych, które dają media społecznościowe (Facebook, YouTube, LinkedIn, Goldenline, blogi i in.)**

- Pozyskiwanie informacji rynkowej.
- Target – określanie grupy docelowej
- Segmentacja rynku i klientów
- Badania opinii na temat konkurencji.
- Badania marketingowe.
- Wzmacnianie marki.

Usługa szkoleniowa będzie prowadzona w formie zdalnej w czasie rzeczywistym w wymiarze 32 godzin zegarowych.

# Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 29

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>1 z 29</b> Marketing w wyszukiwarkach internetowych Google, Yahoo, Yandex, Baidu, inne. Cz.1	ANNA KORNACKA	22-06-2026	08:00	10:00	02:00
<b>2 z 29</b> Przerwa kawowa	ANNA KORNACKA	22-06-2026	10:00	10:20	00:20
<b>3 z 29</b> Marketing w wyszukiwarkach internetowych Google, Yahoo, Yandex, Baidu, inne. Cz.2	ANNA KORNACKA	22-06-2026	10:20	12:30	02:10
<b>4 z 29</b> Przerwa kawowa	ANNA KORNACKA	22-06-2026	12:30	12:45	00:15
<b>5 z 29</b> Marketing w wyszukiwarkach internetowych Google, Yahoo, Yandex, Baidu, inne. Cz.3	ANNA KORNACKA	22-06-2026	12:45	13:30	00:45
<b>6 z 29</b> Przerwa obiadowa	ANNA KORNACKA	22-06-2026	13:30	14:00	00:30
<b>7 z 29</b> Marketing w wyszukiwarkach internetowych Google, Yahoo, Yandex, Baidu, inne. Cz.4	ANNA KORNACKA	22-06-2026	14:00	16:00	02:00
<b>8 z 29</b> Pozostałe narzędzia emarketingu cz.1	ANNA KORNACKA	23-06-2026	08:00	10:00	02:00
<b>9 z 29</b> Przerwa kawowa	ANNA KORNACKA	23-06-2026	10:00	10:20	00:20

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>10 z 29</b> Pozostałe narzędzia emarketingu cz.2	ANNA KORNACKA	23-06-2026	10:20	12:30	02:10
<b>11 z 29</b> Przerwa kawowa	ANNA KORNACKA	23-06-2026	12:30	12:45	00:15
<b>12 z 29</b> Pozostałe narzędzia emarketingu cz.3	ANNA KORNACKA	23-06-2026	12:45	13:30	00:45
<b>13 z 29</b> Przerwa obiadowa	ANNA KORNACKA	23-06-2026	13:30	14:00	00:30
<b>14 z 29</b> Pozostałe narzędzia emarketingu cz.4	ANNA KORNACKA	23-06-2026	14:00	16:00	02:00
<b>15 z 29</b> Tworzenie strategii marketingu online cz.1	ANNA KORNACKA	24-06-2026	08:00	10:00	02:00
<b>16 z 29</b> Przerwa kawowa	ANNA KORNACKA	24-06-2026	10:00	10:20	00:20
<b>17 z 29</b> Tworzenie strategii marketingu online cz.2	ANNA KORNACKA	24-06-2026	10:20	12:30	02:10
<b>18 z 29</b> Przerwa kawowa	ANNA KORNACKA	24-06-2026	12:30	12:45	00:15
<b>19 z 29</b> Tworzenie strategii marketingu online cz.3	ANNA KORNACKA	24-06-2026	12:45	13:30	00:45
<b>20 z 29</b> Przerwa obiadowa	ANNA KORNACKA	24-06-2026	13:30	14:00	00:30
<b>21 z 29</b> Tworzenie strategii marketingu online cz.4	ANNA KORNACKA	24-06-2026	14:00	16:00	02:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
22 z 29 Możliwości strategii marketingowych, które dają media społecznościowe (Facebook, YouTube, LinkedIn, Goldenline, blogi i in.) cz.1	ANNA KORNACKA	25-06-2026	08:00	10:00	02:00
23 z 29 Przerwa kawowa	ANNA KORNACKA	25-06-2026	10:00	10:20	00:20
24 z 29 Możliwości strategii marketingowych, które dają media społecznościowe (Facebook, YouTube, LinkedIn, Goldenline, blogi i in.) cz.2	ANNA KORNACKA	25-06-2026	10:20	12:30	02:10
25 z 29 Przerwa kawowa	ANNA KORNACKA	25-06-2026	12:30	12:45	00:15
26 z 29 Możliwości strategii marketingowych, które dają media społecznościowe (Facebook, YouTube, LinkedIn, Goldenline, blogi i in.) cz.3	ANNA KORNACKA	25-06-2026	12:45	13:30	00:45
27 z 29 Przerwa obiadowa	ANNA KORNACKA	25-06-2026	13:30	14:00	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<span>28 z 29</span> Możliwości strategii marketingowych, które dają media społecznościowe (Facebook, YouTube, LinkedIn, Goldenline, blogi i in.) cz.4	ANNA KORNACKA	25-06-2026	14:00	15:45	01:45
<span>29 z 29</span> Walidacja – wywiad swobodny	-	25-06-2026	15:45	16:00	00:15

## Cennik

### Cennik

Rodzaj ceny	Cena
<b>Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto</b>	6 200,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 113 ust. 1 ustawy o VAT ze względu na wartość sprzedaży	
<b>Koszt przypadający na 1 uczestnika netto</b>	6 200,00 PLN
<b>Koszt osobogodziny brutto</b>	193,75 PLN
<b>Koszt osobogodziny netto</b>	193,75 PLN

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

### ANNA KORNACKA

Trenerka biznesu, trenerka kompetencji miękkich z 22-letnim doświadczeniem szkoleniowym i praktycznym, specjalizacja: komunikacja, neurozarządzanie, zarządzanie, wystąpienia publiczne, zarządzanie stresem i emocjami.

Od 2000 roku trenerka biznesu, 22 lata doświadczenia, tysiące przeszkolonych osób z różnych branż i obszarów (kadra zarządzająca, pracownicy średniego szczebla, dydaktycy, naukowcy), pracowała m.in. dla takich organizacji jak: Ministerstwo Finansów, Ministerstwo Gospodarki, szkoliła kadry

kilkudziesięciu uczelni, m.in.: Uniwersytet Warszawski, Uniwersytet SWPS, Polsko Japońska Szkoła Technik Komputerowych, WSB (Gdańsk i Szczecin), przeszkoliła kilkaset zespołów biznesowych (m.in. Tieto, Bank PKO, BOŚ Bank, Fundusz Ochrony Środowiska, LarsLaj, McDonalds).  
Od 2005 właścicielka firmy szkoleniowej PUBLICO świadczącej usługi szkoleniowo – doradcze.  
2010-2016 – autorka kilkunastu publikacji adresowanych do biznesu (z zakresu CSR, elastycznych form zatrudnienia, zarządzania zespołami, zarządzania relacjami z klientami i pracownikami).  
Od 2007 roku prezeska zarządu Związku Pracodawców6. Pomorza Zachodniego – zarządza zespołem, realizuje projekty biznesowe.  
Od 2010 roku wykładowczyni akademicka – współpracuje z kilkunastoma uczelniami w Polsce, wyklada m. in na studiach MBA (przy WSB w Poznaniu) ucząc przywództwa i zarządzania oraz na studiach MBA przy  
Polsko Japońskiej Akademii Technik Komputerowych w Warszawie (nowoczesne trendy w zarządzaniu oraz neurozarządzanie).

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

#### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymają kompletny skrypt szkoleniowy wraz z materiałami dodatkowymi do ćwiczeń realizowanych podczas szkolenia.

### Warunki uczestnictwa

#### Warunki uczestnictwa:

Warunkiem uczestnictwa jest wpisanie do Bazy Usług Rozwojowych.

Obecność na szkoleniu obowiązkowa od momentu rozpoczęcia do jego zakończenia.

## Warunki techniczne

#### Warunki techniczne:

Wymagania sprzętowe/techniczne:

Posiadanie sprzętu komputerowego z dostępem do połączenia internetowego – szerokopasmowe przewodowe lub bezprzewodowe(3G lub 4G/LTE).

Posiadanie głośnika i mikrofonu połączonego ze sprzętem komputerowym.

Dostęp do aktywnego e-maila, na który zostanie dostarczony link do platformy zoom.

Obsługiwany system operacyjny dla platformy zoom:

System operacyjny macOS X w wersji 10.9 lub nowszej

System operacyjny Windows w wersji 7, 8 lub 8.1, Windows 10

System operacyjny Ubuntu w wersji 12.04 lub nowszej

System operacyjny Mint w wersji 17.1 lub nowszej

System operacyjny Red Hat Enterprise Linux w wersji 6.4 lub nowszej

System operacyjny Oracle Linux w wersji 6.4 lub nowszej

System operacyjny CentOS w wersji 6.4 lub nowszej

Oprogramowanie Fedora w wersji 21 lub nowszej

Oprogramowanie OpenSUSE w wersji 13.2 lub nowszej

System operacyjny ArchLinux (tylko w wersji 64-bitowej)

Obsługiwane przeglądarki:

Windows: Internet Explorer 11+, Edge 12+, Fir

## Kontakt



**ANNA KORNACKA**

**E-mail** [biuro@publico.info.pl](mailto:biuro@publico.info.pl)

**Telefon** (+48) 604 262 627