



Akademia marketingu internetowego DIMAQ Basic - szkolenie

Numer usługi 2026/04/30/161607/3525324

4 428,00 PLN brutto
3 600,00 PLN netto
221,40 PLN brutto/h
180,00 PLN netto/h
250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

Interactive

Advertising Institute
Sp. z o.o.

★★★★★ 4,6 / 5

95 ocen

🏠 Usługa szkoleniowa

📺 zdalna w czasie rzeczywistym

🕒 20:00 h

📅 24.08.2026 do 02.09.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Szkolenie przeznaczone jest dla:

- dla osób, które potrzebują kompleksowego utrwalenia wiedzy digital marketingu,
- dla osób, które rozpoczynają pracę w działach marketingu internetowego,
- dla osób, które dotychczas pracowały w marketingu tradycyjnym i przechodzą do działów digitalowych lub rozszerzają zakres swoich obowiązków o marketing internetowy,
- dla specjalistów w jednej dziedzinie online marketingu (np. SEM czy social media), którzy chcą zyskać szersze spojrzenie na kontekst swoich działań,
- dla osób, które chcą oficjalnie potwierdzić swoje kompetencje i przygotować się do egzaminu DIMAQ.

Usługa jest również adresowana do uczestników projektów:

- Kierunek Kariera Zawodowa,
- Kierunek – Rozwój.
- Małopolski pociąg do kariery
- Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe
 - oraz pozostałych projektów

Minimalna liczba uczestników

4

Maksymalna liczba uczestników

15

Data zakończenia rekrutacji

21-08-2026

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje do prowadzenia działań w obszarze marketingu internetowego związanych z budowaniem strategii promocyjnych i działań taktycznych online, optymalizowaniem stron www pod działania kampanii reklamowych oraz pomiarem skuteczności kampanii reklamowych online. Uczestnik znając sylwetkę internauty oraz rynek reklamy internetowej będzie dobierać typy kampanii, narzędzia reklamy online a także planować budżet.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
WIEDZA: Charakteryzuje Podstawy - DIGITAL MARKETING	charakteryzuje podstawowe pojęcia oraz narzędzia i wskaźniki marketingu online	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	rozdziela najnowsze trendy i tendencje związane z użytkowaniem mediów cyfrowych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
UMIEJĘTNOŚCI: Projektuje STRATEGIE działań marketingowych oraz planuje jej poszczególne działania	definiuje cele, rodzaje kampanii (sprzedażowe i wizerunkowe), grupy docelowe, kanały komunikacji	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	interpretuje elementy media planu, w tym modele rozliczeń, miejsca emisji kampanii, wskaźniki efektywności kampanii, raporty post-but	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
WIEDZA: Definiuje E-MAIL MARKETING	charakteryzuje elementy budowania baz danych (wskazuje sposoby pozyskiwania subskrybentów, aspekty prawne zapisu do baz oraz administrowania bazami danych) sposoby zbierania danych w sieci	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
WIEDZA: Definiuje DISPLAY ADVERTISING I PROGRAMMATIC	charakteryzuje i rozdziela formaty reklamy display, w tym formaty płaskie, na warstwie	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	definiuje kluczowe elementy ekosystemu reklamy programatycznej (Programmatic Direct, RTB)	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
WIEDZA: Charakteryzuje CONTENT MARKETING	definiuje pojęcie CM, strategię, cele, rodzaje treści, kanały dystrybucji i typy reklamy w Content marketingu (reklama natywna)	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	wskazuje dobre praktyki pisania do internetu (webwriting); definiuje pojęcia odwrócona piramida, long form, wzorzec F	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
WIEDZA: Charakteryzuje VIDEO ADVERTISING	charakteryzuje podstawowe formaty reklamy video online	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	definiuje największe platformy video online i VoD na rynku polskim	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
WIEDZA: Definiuje E-COMMERCE	charakteryzuje podstawowe pojęcia i koncepcje obszarze e-commerce (m-commerce, ROPO, ZMOT, Click&Collect, Omnichannel, multichannel itp.)	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	wskazuje kluczowe elementy w strategii budowania sklepu internetowego; interpretuje wskaźniki efektywności działań w e-commerce	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
WIEDZA: Omawia przepisy prawne dotyczące działalności marketingowej w Internecie	definiuje podstawowe przepisy prawa związane z działalnością w Internecie (wskazuje możliwości oraz ograniczenia prawne w zakresie działań marketingowych online)	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
KOMPETENCJE SPOŁECZNE: Efektywnie komunikuje się z klientem aby poznać jego potrzeby marketingowe	Omawia z klientem potrzeby marketingowe aby w prawidłowy sposób zaprojektować strategię marketingową.	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

Dzień 1.

Wprowadzenie 15 min. (teoria)

- kwestie organizacyjne
- sprawdzenie listy obecności
- poznanie doświadczeń uczestników

Digital marketing - podstawy 2h 30min (teoria)

- Rozwój internetu - użytkownicy internetu w Polsce
- Słownik Digital marketingu - kluczowe hasła, tendencje
- Reklama w internecie - słownik najważniejszych pojęć
- model AIDA lejek sprzedażowy

Dzień 2.

Strategia i planowanie 2 h 30min (praktyka)

- Kanały komunikacji marki w internecie - model POEM
- Budowa strategii komunikacji online (cele, KPI, grupy docelowe-persony, kreacja, placementy reklamowe)
- Kto jest kim, czyli struktura rynku reklamowego
- Brief reklamowy krok po kroku - analiza
- Wybór agencji - parametry wyboru, modele współpracy i rozliczeń z agencją
- Słownik kreatywny - kluczowe pojęcia związane z kreacją w internecie

Dzień 3.

E-mail marketing 2h 30min. (praktyka)

- Wprowadzenie do e-mail marketingu - kluczowe pojęcia
- Strategia e-mail marketingowa
- Jak pozyskiwać dane subskrybentów i dbać o bazy odbiorców
- Jak napisać i zaprojektować skuteczny e-mailing i newsletter
- Pomiar i optymalizacja efektów działań e-mail marketingowych
- Platformy e-mail marketingowe
- Marketing automation - charakterystyka, możliwości działania

Dzień 4

Search Engine Marketing 2h 30min. (praktyka)

- Wprowadzenie do SEM - wyniki organiczne versus płatne w wyszukiwarce
- Ja działają wyszukiwarki? Rynek wyszukiwarek w Polsce
- Przegląd najważniejszych parametrów wpływających na pozycję strony w Google
- SEO copywriting, czyli jak pisać teksty przyjazne wyszukiwarkom
- Trendy w SEO - Voice search, SEO on SERP
- Czym jest system reklamowy Google Ads?
- Platforma Google Ads od podstaw - tworzenie kampanii reklamowej

- Analiza i optymalizacja działań reklamowych w Google Ads
- System reklamowy Google - charakterystyka działania

Dzień 5.

Display advertising i programmatic, content marketing 2h 30 min (teoria)

- Standardy reklamy display - formaty reklamowe, modele rozliczeń, efektywność, cenniki
- Zakup mediów - od modelu tradycyjnego do programmatic
- Mechanika działania programmatic/RTB- ważne pojęcia
- Programmatic, czyli reklama napędzana danymi - 1st, 2nd, 3th data party
- Wyzwania dla reklamy online - viewability, brand safety, adblocking, ad fraud
- Strategia w Content Marketingu - na co zwrócić uwagę projektując działania
- Rodzaje treści i kanały dystrybucji materiałów Content Marketingowych
- Jak pisać atrakcyjne treści w Content Marketingu
- Reklama natywna - charakterystyka, skuteczność
- Pomiar efektywności działań Content Marketingowych

Dzień 6.

Social media i VIDEO ADVERTISING 2 h 30min. (teoria)

- Obraz mediów społecznościowych w Polsce
- Klasyfikacja i strategia w Social Media
- Przegląd platform, możliwości reklamowych, formatów, modeli rozliczeń
- Rodzaje interakcji w Social Media - różnice między platformami
- Jak tworzyć atrakcyjne kreacje reklamowe do Social Media
- Pomiar i optymalizacja kampanii w Social Media - cele versus KPI
- Jak monitorować działania w Social Media - przegląd najważniejszych narzędzi rynkowych
- Konsumpcja treści wideo w internecie - co oglądamy? Kluczowe serwisy wideo i VoD
- Rynek reklamy wideo online
- YouTube - jak zaplanować skuteczną strategię komunikacji marki
- Pomiar i analizowanie efektów działań reklamowych wideo

Dzień 7.

Analityka i E-commerce 2 h 30 min (teoria 30 min, praktyka 2 h)

- Wprowadzenie do Google Analytics - podstawowe pojęcia
- Platforma GA - przegląd możliwości analitycznych
- Najważniejsze raporty w GA
- Campaign/Google URL Builder - możliwości i zasady budowy
- Obraz rynku e-commerce w Polsce
- Kluczowe elementy wpływające na e-commerce
- Jak zaprojektować sklep online

Dzień 8.

Mobile marketing , User Experience i Prawo w internecie 2 h 30 min (teoria 1 h 30 min, praktyka 1 h)

- Wprowadzenie do Mobile marketingu
- Strona mobilna versus strona RWD co wybrać?
- Reklama w Mobile marketingu
- Aplikacja mobilna - rodzaje aplikacji, systemy operacyjne itd.
- Internet of Things - czym jest? - koncepcja, przykłady
- Czym jest Usability i UX? - definicje
- Jak stworzyć atrakcyjną dla odbiorcy stronę www - trendy w projektowaniu serwisów
- Projektowanie interfejsów www
- Metody i narzędzia badawcze w UX
- Heurystyki Jakoba Nielsena - zasady użyteczności
- Prawa autorskie i prawa pokrewne
- Rozwiązania prawne w zakresie współpracy klient - agencja
- Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji
- Prawo karne a internet
- Reklama trudnych produktów

- Reklama skierowana do dzieci
- Aspekty prawne w e-commerce

Walidacja - 15 min

Zgodnie z wytycznymi PARP będzie monitorowany czas zalogowania do platformy uczestników szkolenia.

W trakcie szkolenia uczestnicy poznają przykłady prawidłowych i nieprawidłowych działań w zakresie kampanii online wraz z omówieniem ich skuteczności i efektywności.

Warunki niezbędne do spełnienia przez uczestników usługi, aby realizacja usługi pozwoliła na osiągnięcie głównego celu: usługa/szkolenie nie wymaga od uczestników znajomości tematu z obszaru e-marketingu, aktywność na zajęciach, minimalny poziom frekwencji - 100%.

Trener dostosowuje przerwy do potrzeb uczestników (max. 10 min.) i odpowiednio wydłuża zajęcia, przerwy nie są uwzględnione w harmonogramie i nie wliczają się do czasu trwania szkolenia

Godzina szkoleniowa = 60 min.

Szkolenie przeznaczone jest dla:

- dla osób, które potrzebują kompleksowego utrwalenia wiedzy digital marketingu,
- dla osób, które rozpoczynają pracę w działach marketingu internetowego,
- dla osób, które dotychczas pracowały w marketingu tradycyjnym i przechodzą do działów digitalowych lub rozszerzają zakres swoich obowiązków o marketing internetowy,
- dla specjalistów w jednej dziedzinie online marketingu (np. SEM czy social media), którzy chcą zyskać szersze spojrzenie na kontekst swoich działań.

W trakcie usługi trener będzie prowadził szkolenie z wykorzystaniem: rozmowy na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu, case study i ćwiczenia praktyczne, które będą obejmować m.in.:

- przygotowanie planu kampanii reklamowej (wyznaczenie, celów, podział kanałów komunikacji, podział budżetu reklamowego)
- przygotowanie projektu mailingu reklamowego
- przygotowanie rodzajów treści i kanałów dystrybucji w obszarze content marketingu
- przygotowanie kluczowych elementów, które powinna zawierać strona produktowa (e-commerce)

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 10

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 10 Wprowadzenie - rozmowa na żywo, chat	Monika Bartołod	24-08-2026	09:45	10:00	00:15
2 z 10 Digital marketing - podstawy - ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Monika Bartołod	24-08-2026	10:00	12:30	02:30

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
3 z 10 Strategia i planowaie. Ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Monika Bartołod	25-08-2026	10:00	12:30	02:30
4 z 10 E-mail marketing. Ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Monika Bartołod	26-08-2026	10:00	12:30	02:30
5 z 10 Search Engine Marketing. Ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Monika Bartołod	27-08-2026	10:00	12:30	02:30
6 z 10 Display advertising i programmatic oraz Content Marketing. Ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Monika Bartołod	28-08-2026	10:00	12:30	02:30
7 z 10 Social media i video advertising. Ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Monika Bartołod	31-08-2026	10:00	12:30	02:30

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
8 z 10 Analityka internetowa i e-commerce. Ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Monika Bartołod	01-09-2026	10:00	12:30	02:30
9 z 10 Mobile marketing i user experience i prawo w internecie. Ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Monika Bartołod	02-09-2026	10:00	12:30	02:30
10 z 10 Walidacja	-	02-09-2026	12:30	12:45	00:15

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	4 428,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	3 600,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	221,40 PLN
Koszt osobogodziny netto	180,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1

1 z 1



Monika Bartoń

Edukuje i pomaga firmom w budowaniu strategii marki i efektywnej komunikacji w świecie Internetu. Dzieli się wiedzą o e-marketingu i uczy praktycznego wykorzystania narzędzi, które pomagają zwiększać zyski firmy. Jako trener umiejętności społecznych wspiera ludzi i zespoły w budowaniu kompetencji, które poprawiają jakość ich funkcjonowania w codziennym życiu. Doświadczenie zawodowe Trener DIMAQ. Przeprowadziła ponad 600 godzin szkoleń z zakresu marketingu online. Digital Marketing Expert. Business & Social Skills Coach. 2017 - 2018; IAB Polska; Menedżer ds. relacji i inicjatyw partnerskich 2014 - 2016; Grupa Gazeta.pl (Agora S.A.); Kierownik marketingu B2B 2005 - 2012; Grupa Onet.pl (Ringer Axel Springer); Marketing Manager 2002 - 2005; Cezex Sp. z o.o.; Koordynator zespołu wsparcia sprzedaży 2000 - 2002; IDMnet; PR/Research Manager Wykładowca specjalności digital marketing na Collegium Civitas oraz WSiLiZ. Ostatnie 5 lat działa aktywnie w branży marketingowej.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymują:

- materiały autorskie, opracowane przez trenera, udostępniane uczestnikom drogą online
- prezentację materiałów z internetu (serwisy www, infografiki, materiały multimedialne, filmy)
- bazę wiedzy: linki do serwisów i portali
- case study (najciekawsze przykłady z doświadczenia szkoleniowca)
- linki do publikacji branżowych IAB Polska

Zalecana literatura:

- Raporty, badania, publikacje IAB Polska <https://www.iab.org.pl/baza-wiedzy/>
- Artykuły na portalach lub wydanie drukowane: Online Marketing (<https://om.pl/>); <https://sprawnymarketing.pl/>,
- Poradnik e-commerce IAB (<https://www.iab.org.pl/wp-content/uploads/2019/09/Poradnik-ECommerce-2019.pdf>)
- Blogi: <https://www.shoplo.pl/blog>; <https://malymarketing.pl/>;

Literatura uzupełniająca:

- „E-commerce. Strategia. Zarządzanie. Finanse” Justyna Skorupska
- „E-marketing. Strategia, planowanie, praktyka” Grzegorz Mazurek

Warunki uczestnictwa

Przed zapisaniem się proszę o kontakt szkolenia@dimaq.eu w celu potwierdzenia terminu i dostępności miejsc dla Uczestników.

Warunkiem uczestnictwa z dofinansowaniem jest rejestracja i założenie konta w BUR, dokonanie zapisu na szkolenie za pośrednictwem BUR oraz spełnienie wszystkich warunków określonych przez Operatora.

Informacje dodatkowe

Zapraszamy na inne szkolenia z e-marketingu, dostępne na stronie: www.dimaq.pl. Szkolenie może być również zorganizowane w formie szkolenia zamkniętego - na potrzeby konkretnego przedsiębiorstwa.

Warunki techniczne

Szkolenie będzie dostępne na platformie Zoom, Teams lub LiveWebinar. Każdy z uczestników dostanie link do szkolenia.

Minimalne wymagania sprzętowe, jakie musi spełniać komputer Uczestnika lub inne urządzenie do zdalnej komunikacji - system operacyjnych Windows, macOS i Linux, zalecany: procesor dwurdzeniowy o taktowaniu co najmniej 2 Ghz (Intel i3/i5/i7 lub ekwiwalent AMD), pamięć RAM - 4 Gb

Minimalne wymagania dotyczące parametrów łącza sieciowego, jakim musi dysponować Uczestnik: dla audio 256 kb/s, Video w wersji HD – 4Mb/s – to są parametry górne graniczne.

System dopasowuje się do łącza i działa na każdych dostępnych parametrach.

Wymagane kamera i mikrofon.

Link umożliwiający uczestnictwo w spotkaniu on-line będzie aktywny przez cały okres trwania kursu.

Podstawą do rozliczenia usługi jest wygenerowanie z systemu raportu, umożliwiającego identyfikację wszystkich uczestników oraz zastosowanego narzędzia.

Kontakt



PATRYCJA DĄBEK

E-mail p.dabek@dimaq.eu

Telefon (+48) 504 451 512