Możliwość dofinansowania

DIGITAL BRAND MAGDALENA GŁOMSKA

4,6 / 5

2 027 ocen

Szkolenie MARKETING INTERNETOWY W WEEKENDY: Facebook, Instagram oraz TikTok z elementami AI. Videomarketing - rolki. Canva. System reklamowy Meta Advance. E-COMMERCE + SEO - optymalizacja pod wyszukiwarki 6 dni [Bony Rozwojowe]

Numer usługi 2026/05/03/118911/3531220

Usługa szkoleniowa

zdalna w czasie rzeczywistym

48:00 h

10.10.2026 do 20.10.2026

4 320,00 PLN brutto

4 320,00 PLN netto

90,00 PLN brutto/h

90,00 PLN netto/h

250,00 PLN cena rynkowa

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Identyfikatory projektów	Kierunek - Rozwój, Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe, Małopolski Pociąg do kariery
Grupa docelowa usługi	**Szkolenie skierowane jest do :** • Jednoosobowych działalności gospodarczych • Przedsiębiorstw, korporacji i dużych firm - prezesów i właścicieli • Specjalistów SEO / SEM • Osób chcących podnieść swoje kompetencje marketingowe • Osób zarządzających działami - dyrektorów, menedżerów i kierowników • Zespołów sprzedażowych i marketingowych - projekt managerów • Wyspecjalizowanych działów w obrębie danej firmy - specjalistów ds. marketingu, PR, e-commerce • Instytucji i organizacji pozarządowych (NGO), fundacji, non-profit, spółdzielni, podmiotów społecznych itd. • **Uczestników projektu Kierunek-Rozwój** • **Uczestników projektu Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe** • **Uczestników projektu Bony rozwojowe** • **Usługa również jest adresowana do uczestników Projektu MP oraz dla uczestników projektu NSE** • **Usługa również adresowana dla Uczestników Projektu "Małopolski pociąg do kariery - sezon 1" i/lub dla Uczestników Projektu "Nowy start w Małopolsce z EURESem".**
Minimalna liczba uczestników	3
Maksymalna liczba uczestników	15

Data zakończenia rekrutacji	09-10-2026
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	48
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje do samodzielnego budowania wizerunku marki oraz zwiększania sprzedaży w sieci za pomocą narzędzi marketingowych takich jak Facebook, Instagram, TikTok oraz do wykorzystania różnych metod promocji firmy w sieci, za pomocą zarówno płatnych form reklamy jak i narzędzi bezpłatnych. Usługa przygotowuje do samodzielnego budowania widoczności w sieci za pomocą SEO oraz jej optymalizacji pod wyszukiwarki.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Planuje właściwe strategie SEO	Ocenia kiedy warto inwestować w SEO, a kiedy nie warto	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Definiuje zasady SEO	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Dobiera odpowiednie słowa kluczowe	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Definiuje narzędzia umożliwiające stworzenie poprawnej struktury strony	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Definiuje jak sprawdzić, czy firma pozycjonująca dobrze wykonuje swoją pracę	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Stosuje SEO do pozyskiwania klientów	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Tworzy strony optymalne dla Google	Definiuje czym jest algorytm Google	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Omawia czym jest zaufanie Google do strony i jaki ma ono wpływ na ruch	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Definiuje zasady tworzenia Google Search Console na stronie	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Definiuje kroki umożliwiające skuteczną strategię pozyskiwania klientów z Google	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Definiuje zasady indeksowania strony przez Google	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Używa sztucznej inteligencji (AI) w kontekście SEO	Definiuje prompty w Chacie GPT jako narzędzia AI do generowania opisów	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Dobiera słowa kluczowwe z wykorzystaniem AI: czat GPR, Claude, Yoast	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Tworzy krótki i długie filmy bezpośrednio z aplikacji Instagram i TikTok	Wykorzystuje dostępne mu narzędzia do tworzenia materiałów video	Analiza dowodów i deklaracji
	Edytuje nagrywane materiały.	Analiza dowodów i deklaracji
	Wykorzystuje aplikację CapCut, Mojo, VN do tworzenia rolek	Analiza dowodów i deklaracji
Wykorzystuje najważniejsze narzędzia na Facebooku i Instagramie w celu dostosowania ich do potrzeb i identyfikacji firmy	Wykorzystuje Narzędzia do planowania i Creatora Studio do planowania postów	Analiza dowodów i deklaracji
	Tworzy strategie marketingowe za pomocą Social Media	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Charakteryzuje pojęcia nowoczesnego marketingu cyfrowego	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Definiuje zmiany zachodzące w algorytmie Facebooka i dostosuje swoje działania w sieci	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Wykorzystuje Canvę to tworzenia grafik na potrzeby Social Media	Analiza dowodów i deklaracji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Tworzy grupy docelowej dostosowanej dla swojej branży	Tworzy niestandardowe grupy w celach reklamowych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Definiuje cele reklamowe w Menedżerze reklam i dostosuje je do strategii marketingowej firmy	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 zdalna w czasie rzeczywistym, szkolenie realizowane jest w godzinach dydaktycznych 45 min. Przerwy nie są wliczone w czas trwania usługi.

Metody pracy: wykłady, dyskusje z uczestnikami i case study uczestników, ćwiczenia indywidualne, videorozmowa, współdzielenie ekranu, interaktywny chat za pomocą, którego będą przesyłane linki do podstron i omawianych tematów.Aby realizacja usługi pozwoliła osiągnąć cel główny, warunkiem jest zaangażowanie uczestnika w różnorodne formy pracy podczas szkolenia.

Liczba godzin praktycznych: 38h

Liczba godzin teoretycznych: 10h

Test walidacyjny generowany automatycznie. (pre-test).

DZIEŃ I E-Commerce

BLOK I –Nasz własny sklep internetowy – praktyki na 2026 - teoria, współdzielenie ekranu

- Z czego składa się dobry sklep internetowy: kategoria, produkt, chceckout, mail,
- Jak zaprojektować i zoptymalizować skuteczną stronę produktową?
- Audyt stron sprzedażowych.

BLOK II – Customer journey map w praktyce – identyfikacja touchpointów i projektowanie ścieżki zakupowej klienta - teoria, współdzielenie ekranu

- Strategia STP – segmentacja, targetowanie i pozycjonowanie online w praktyce
- Strategia ustalania cen, modele płatności.
- Modele wysyłki, magazyn, logistyka i śledzenie przesyłek.
- Porzucone koszyki – przyczyny i metody ich ratowania.
- **Automatyzacja procesów pozakupowych z wykorzystaniem sztucznej inteligencji**

BLOK III – Planowanie kampanii sprzedażowych online – działania direct response i generowanie leadów w praktyce - współdzielenie ekranu

- Jak skłaniać potencjalnych klientów do pozostawienia danych teleadresowych wraz ze zgodą na kontakt handlowy i marketingowy?

BLOK IV – Przedstawienie i omówienie najważniejszych czynników wpływających na pozycję - współdzielenie ekranu

- Najważniejsze czynniki wpływające na pozycje w Google – wstęp
- Optymalna budowa adresów stron oraz linki
- Sekcja head

DZIEŃ II

BLOK I –Czynniki wpływające na pozycje w Google - teoria, współdzielenie ekranu, ćwiczenia

- Działanie wyszukiwarki – wpływ sztucznej inteligencji na wyniki: personalizacja i hiper-personalizacja
- Roboty, wyszukiwarki, data center, boty AI

BLOK II – SEO Copywriting: warsztaty oraz link building – teoria + praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia

- SEO Copywriting – jak pisać teksty przyjazne wyszukiwarkom?
- Pisanie tekstów z wykorzystaniem słów kluczowych
- Wykorzystywanie sztucznej inteligencji do tworzenia tekstów
- Sprawdzanie statusów „Ai generated" vs „Human writing"

BLOK III – Narzędzia SEO - teoria, współdzielenie ekranu,

- Profesjonalna analiza stron za pomocą dostępnych narzędzi
- Analiza konkurencji
- Automatyczne raporty SEO vs Profesjonalne Audyty SEO

BLOK IV – Zaplecza i przyszłość SEO - teoria, współdzielenie ekranu,

- Wszystko o zapleczach SEO
- Znaczenie hostingu w budowie zaplecza SEO
- Jak budować efektywne zaplecza
- Linkowanie mające negatywny wpływ na pozycję
- Najnowsze zmiany w algorytmach Google: sztuczna inteligencja SGE

DZIEŃ III Instagram

I Blok – Eksperckie Sztuczki Instagrama - teoria + praktyka, współdzielenie ekranu

- - Przedstawienie Instagrama: Funkcje, różnice, cele
  - Najważniejsze kamienie milowe: Stories, Reels, zakupy bezpośrednio z aplikacji
  - Analiza profili

II Blok – Zwiększanie wizerunku na Instagramie - praktyka, współdzielenie ekranu

- - Hashtagi w nich siła. Jak działają hashtagi w 2026 roku?
  - Jak zwiększać organicznie zasięgi
  - Triki na Instagramie w podziale na: relacje, posty i rolki

III Blok – Instagram rolki- praktyka, ćwiczenia własne

- Trendy muzyczne na Instagramie, pomysły na ciekawą rolkę.
  - Najważniejsze ustawienia telefonów: Filtry, układ, siatka, nakładki i kategorie.
  - Opis na rolkach

- Aplikacje do tworzenia rolek Mojo

IV Blok – Influencer Marketing na Instagramie- teoria, współdzielenie ekranu

- Dlaczego współpraca z influencerami jest skuteczna?
- Dobór odpowiednich influencerów

DZIEŃ IV

I Blok - Dlaczego TikTok?-Profil prywatny, firmowy + system reklamowy – teoria, wykład

- - Dlaczego TikTok?
  - Statystki na TikToku. Nasza grupa docelowa.
  - Co nagrywać na TikToku? Pomysł na content. Case study .
  - Język TikToka. Najważniejsze pojęcia
  - Jak działają Algorytmy na TikToku?

Tworzymy profil prywatny i firmowy. Oświetlenie i sprzęt

- - Profil prywatny, a profil biznesowy.
  - Jak zmiana profilu wpływa na algorytm?
  - Sposoby na duże zasięgi. SEO.
  - TikTok Tips
  - Wykorzystywanie słów kluczowych w opisach i hasztagach.
  - Optymalizacja profilu: jak stworzyć biogram, który pomoże w lepszym pozycjonowaniu?
  - Dont make ads. Make TikToks.

II Blok - TikTok rolki - tworzymy efektowne nagrania w aplikacji – praktyka, ćwiczenia

- - Trendy muzyczne na TikToku
  - Muzyka tworzy emocje i buduje kontekst – wybór odpowiedniego dźwięku wpływa na odbiór treści
  - Korzystanie z funkcji „Popularne dźwięki" w aplikacji
  - Przeglądanie zakładki „Dźwięki" – sekcje „Trendujące" i „Dla Ciebie"
  - Najważniejsze ustawienia: Przejścia, tekst, nakładki TikToka

III Blok - CapCut – aplikacja do tworzenia rolek - praktyka, ćwiczenia

- - CapCut – podstawowe i nieoczywiste funkcje
  - Praca ze zdjęciami – jak przerobić zdjęcie w animacje
  - Wyodrębnianie/dodawanie dźwięku
  - Dodawanie Lektora
  - Przykład w pełni zmontowanego materiału- ćwiczenia

IV Blok - Wykorzystanie AI do tworzenia contentu na TikToku - praktyka, ćwiczenia

- TikTok Creative Center
- Tworzenie złożonych scenariuszy
- Układanie promptów

DZIEŃ V Facebook/System reklamowy Meta

I Blok - Charakterystyka nowoczesnych narzędzi cyfrowych w budowaniu marketingu mix - teoria, współdzielenie ekranu

- - Analiza konta na Facebooku
  - Najważniejsze ustawienia i ukryte, a wartościowe funkcje Fanpage'a.

II Blok - Strategia komunikacji - teoria + praktyka - współdzielenie ekranu, ćwiczenia

- - Planowanie postów na FB i IG
  - Narzędzia copywrittera
  - Content marketing i Media Plan przy wsparciu sztucznej inteligencji AI – jak pisać by nas czytali
  - Ustalenie kim jest Twój odbiorca i czego oczekuje
  - Konkursy - jak je legalnie tworzyć, o czy warto pamiętać i jak angażować odbiorców

III Blok - Identyfikacja marki z wykorzystaniem programu Canva - teoria, współdzielenie ekranu

- - Podstawy Canvy -omówienie programu

- Najlepsze formaty grafik na FB, Instagrama
- Najlepsze formaty na reklamę

IV Blok - Canva - forma statyczna i dynamiczna- praktyka, ćwiczenia, współdzielenie ekranu

- Tworzenie podstaw identyfikacji graficznej - logo, infografika, dobór kolorystki i fontów

DZIEŃ VI

I Blok - Konfiguracja Business Menedżera - teoria+ praktyka, ćwiczenia, współdzielenie ekranu

II Blok - Grupy odbiorców (Audience Insights)- teoria + praktyka

- Analiza i tworzenie grup docelowych
- Grupowanie zainteresowań
- Jakie grupy dają najlepsze efekty

III Blok - Menedżer reklam - teoria+ praktyka, ćwiczenia, współdzielenie ekranu

- Konfiguracja konta.
- Jak nie zablokować konta reklamowego i czym to grozi – treści zakazane
- Dlaczego nie przez „Promuj post"?
- Jakie koszty reklam osiągać?

Najważniejsze cele reklam:

- Jak pozyskać nowych klientów.
- Jak zwiększać zaangażowanie na fanpage.
- Jak zwiększyć liczbę zapytań w Messengerze.
- Jak kierować fanów na stronę internetową.

IV Blok - Tworzenie reklam - Teksty i formaty reklamowe - praktyka, ćwiczenia, współdzielenie ekranu

I część - Konfiguracja niestandardowych formatów reklam

- Kolekcja
- Formularz kontaktowy
- Post na dzień dobry
- Posty reklamowe na stronie

II część – Meta Advance - techniki zaawansowane - teoria+ praktyka - ćwiczenia, współdzielenie ekranu

- Remarketing
- Piksel Facebooka
- Zdarzenia niestandardowe
- Analiza wyników kampanii
- Jak podglądać reklamy konkurencji
- Optymalizacja reklam
- Wykluczenia
- **Zmiany algorytmów w systemie Meta w 2026**
- **Sztuczna inteligencja w Meta Business – „Advantage+" - kiedy korzystać, a kiedy nie**

Przeprowadzenie testu wiedzy (post-test w ramach walidacji) + analiza dowodów

Forma walidacji:

Trener w trakcie szkolenia zbiera dowody, a na koniec szkolenia przekazuje je Walidatorowi. Walidator po zakończonym szkoleniu analizuje dowody w postaci oceny wykonania strony względem założeń. W ramach walidacji przeprowadzany jest także test przed i po szkoleniu z pytaniami zamkniętymi, jednokrotnego wyboru.

Wynik testu generowany jest automatycznie po wypełnieniu testu. Walidator opracowuje protokół wraz z osiągniętym efektem walidacji oraz wskazaniami do dalszego rozwoju.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 38

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 38 Test walidacyjny generowany automatycznie. (pre-test).	-	10-10-2026	08:30	08:45	00:15
2 z 38 BLOK I – Nasz własny sklep internetowy – praktyki na 2026 - teoria, współdzielenie ekranu	Krzysztof Bernardyn	10-10-2026	08:45	10:00	01:15
3 z 38 Przerwa 30 minut	Krzysztof Bernardyn	10-10-2026	10:00	10:30	00:30
4 z 38 BLOK II – Customer journey map w praktyce – identyfikacja touchpointów i projektowanie ścieżki zakupowej klienta - teoria, współdzielenie ekranu	Krzysztof Bernardyn	10-10-2026	10:30	12:00	01:30
5 z 38 Przerwa 15 minut	Krzysztof Bernardyn	10-10-2026	12:00	12:15	00:15
6 z 38 BLOK III – Planowanie kampanii sprzedażowych online – działania direct response i generowanie leadów w praktyce - współdzielenie ekranu	Krzysztof Bernardyn	10-10-2026	12:15	13:45	01:30

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
7 z 38 BLOK IV – Przedstawienie i omówienie najważniejszych czynników wpływających na pozycję - współdzielenie ekranu	Krzysztof Bernardyn	10-10-2026	13:45	15:15	01:30
8 z 38 BLOK I – Czynniki wpływające na pozycje w Google - teoria, współdzielenie ekranu, ćwiczenia	Krzysztof Bernardyn	11-10-2026	08:30	10:00	01:30
9 z 38 Przerwa 30 minut	Krzysztof Bernardyn	11-10-2026	10:00	10:30	00:30
10 z 38 BLOK II – SEO Copywriting: warsztaty oraz link building – teoria + praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia	Krzysztof Bernardyn	11-10-2026	10:30	12:00	01:30
11 z 38 Przerwa 15 minut	Krzysztof Bernardyn	11-10-2026	12:00	12:15	00:15
12 z 38 BLOK III – Narzędzia SEO - teoria, współdzielenie ekranu,	Krzysztof Bernardyn	11-10-2026	12:15	13:45	01:30
13 z 38 BLOK IV – Zaplecza i przyszłość SEO - teoria, współdzielenie ekranu,	Krzysztof Bernardyn	11-10-2026	13:45	15:15	01:30
14 z 38 I Blok – Eksperckie Sztuczki Instagrama - teoria + praktyka, współdzielenie ekranu	Magdalena Szmidt	17-10-2026	08:30	10:00	01:30

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
15 z 38 Przerwa 30 minut	Magdalena Szmidt	17-10-2026	10:00	10:30	00:30
16 z 38 II Blok – Zwiększanie wizerunku na Instagramie - praktyka, współdzielenie ekranu	Magdalena Szmidt	17-10-2026	10:30	12:00	01:30
17 z 38 Przerwa 15 minut	Magdalena Szmidt	17-10-2026	12:00	12:15	00:15
18 z 38 III Blok – Instagram rolki- praktyka, ćwiczenia własne	Magdalena Szmidt	17-10-2026	12:15	13:45	01:30
19 z 38 IV Blok – Influencer Marketing na Instagramie- teoria, współdzielenie ekranu	Magdalena Szmidt	17-10-2026	13:45	15:15	01:30
20 z 38 I Blok - Dlaczego TikTok? -Profil prywatny, firmowy + system reklamowy – teoria, wykład	Magdalena Szmidt	18-10-2026	08:30	10:00	01:30
21 z 38 Przerwa 30 minut	Magdalena Szmidt	18-10-2026	10:00	10:30	00:30
22 z 38 II Blok - TikTok rolki - tworzymy efektowne nagrania w aplikacji – praktyka, ćwiczenia	Magdalena Szmidt	18-10-2026	10:30	12:00	01:30
23 z 38 Przerwa 15 minut	Magdalena Szmidt	18-10-2026	12:00	12:15	00:15

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
24 z 38 III Blok - CapCut – aplikacja do tworzenia rolek - praktyka, ćwiczenia	Magdalena Szmidt	18-10-2026	12:15	13:45	01:30
25 z 38 IV Blok - Wykorzystanie AI do tworzenia contentu na TikToku - praktyka, ćwiczenia	Magdalena Szmidt	18-10-2026	13:45	15:15	01:30
26 z 38 I Blok - Charakterystyka nowoczesnych narzędzi cyfrowych w budowaniu marketingu mix - teoria, współdzielenie ekranu	MAGDALENA GŁOMSKA	19-10-2026	08:30	10:00	01:30
27 z 38 Przerwa 30 minut	MAGDALENA GŁOMSKA	19-10-2026	10:00	10:30	00:30
28 z 38 II Blok - Strategia komunikacji - teoria + praktyka - współdzielenie ekranu, ćwiczenia	MAGDALENA GŁOMSKA	19-10-2026	10:30	12:00	01:30
29 z 38 Przerwa 15 minut	MAGDALENA GŁOMSKA	19-10-2026	12:00	12:15	00:15
30 z 38 III Blok - Identyfikacja marki z wykorzystaniem programu Canva - teoria, współdzielenie ekranu	MAGDALENA GŁOMSKA	19-10-2026	12:15	13:45	01:30

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
31 z 38 IV Blok - Canva - forma statyczna i dynamiczna- praktyka, ćwiczenia, współdzielenie ekranu	MAGDALENA GŁOMSKA	19-10-2026	13:45	15:15	01:30
32 z 38 I Blok - Konfiguracja Business Menedżera - teoria+ praktyka, ćwiczenia, współdzielenie ekranu	MAGDALENA GŁOMSKA	20-10-2026	08:30	10:00	01:30
33 z 38 Przerwa 30 minut	MAGDALENA GŁOMSKA	20-10-2026	10:00	10:30	00:30
34 z 38 II Blok - Grupy odbiorców (Audience Insights)- teoria + praktyka	MAGDALENA GŁOMSKA	20-10-2026	10:30	12:00	01:30
35 z 38 Przerwa 15 minut	MAGDALENA GŁOMSKA	20-10-2026	12:00	12:15	00:15
36 z 38 III Blok - Menedżer reklam - teoria+ praktyka, ćwiczenia, współdzielenie ekranu	MAGDALENA GŁOMSKA	20-10-2026	12:15	13:45	01:30
37 z 38 IV Blok - Tworzenie reklam - Teksty i formaty reklamowe - praktyka, ćwiczenia, współdzielenie ekranu	MAGDALENA GŁOMSKA	20-10-2026	13:45	15:00	01:15

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
38 z 38 Przeprowadzenie testu wiedzy (post-test w ramach walidacji) + analiza dowodów	-	20-10-2026	15:00	15:15	00:15

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	4 320,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT	
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	4 320,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	90,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	90,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 3

1 z 3

Krzysztof Bernardyn

Trener od 2017 roku. Prowadzi indywidualne oraz grupowe kursy i szkolenia z tematyki SEO + nowe technologie, E-commerce, a także Projektowania UI oraz UX wraz z implementacją WordPress / no-code. Przeprowadził ponad 600 godzin szkoleniowych w ostatnich dwóch latach – wśród klientów były zarówno mikro i małe przedsiębiorstwa, jak i liderzy rynku, zatrudniający setki osób.

Najważniejszą wartością szkoleń jest próba indywidualnego / szerokiego spojrzenia i znalezienia najbardziej optymalnego rozwiązania, pomagającego rozwijać konkretne cele biznesowe. Każde szkolenie poprzedzone jest wcześniejszym wywiadem i, w miarę możliwości, szczegółowym audytem oraz analizą konkurencji.

Studiował chemię na Uniwersytecie Gdańskim, którą ukończył w 2007 roku. Od 2007 roku, stale związany z branżą reklamową i kreatywną, gdzie poprzez pracę w agencjach i wydawnictwach zdobywał doświadczenie pracując dla polskich i zagranicznych firm (w tym dla Media Markt Polska). W latach 2015-2023 współwłaściciel agencji reklamowej Snowball Media.

2 z 3

Magdalena Szmidt

Ekspertka online marketingu, specjalizująca się w obszarze automatyzacji marketingu i social media z ponad 13-letnim doświadczeniem w branży. Jej doskonałą znajomość rynku online oraz narzędzi nowoczesnego marketera potwierdza certyfikat DIMAQ wydany przez IAB Polska.

W obszarze jej zainteresowań jest digital marketing, a w szczególności marketing automatyczny, e-mail marketing oraz social media.

Od 2019 pracuje w największej grupie medialnej w Polsce (Warner Bros. Discovery TVN). Jako Specjalista ds. Marketing Automation projektuje efektywne ścieżki anti-churnowe, wykorzystując narzędzia marketing automation, opierając się na analizie danych i testach A/B.

Równolegle z pracą na etacie od 2017 roku prowadzi własną działalność gospodarczą. Jej celem jest wsparcie przedsiębiorstw w budowaniu wizerunku online oraz sprawnej i systematycznej komunikacji z klientem. Od 5 lat realizuje także szkolenia z zakresu marketing automation i fotografia smartfonowa. Na szkoleniach dzieli się praktyczną wiedzą zdobywaną na codzień w pracy zawodowej i świadczonych usługach. W ciągu 5 lat przeszkoliła ponad 50 osób i zrealizowała ponad 160 godzin szkoleń.

Praktyczne doświadczenie przekłada na prelekcje na konferencjach, np. Social Media Best Practices 2023 zorganizowanej przez Puls Biznesu oraz na blogu: https://magdalenaszmidt.com/blog.

Posiada wykształcenie wyższe. Absolwentka Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego specjalizacja: marketing polityczny.

3 z 3

MAGDALENA GŁOMSKA

Magdalena Głomska posiada wykształcenie wyższe magisterskie. Jest absolwentką Politechniki Gdańskiej. Ukończyła wydział Zarządzania i Marketingu. Korzenie jej doświadczenia wywodzą się z dziedziny sprzedaży, z którą związana jest zawodowo od ponad 17 lat. Marketingiem internetowym zajmuje się od 2010 roku. Przez 15 lat obejmowała stanowiska menadżerskie, a także pracowała jako Dyrektor Marketingu zarządzając działem marketingu i sprzedaży. Wdrażała strategie marketingowe w firmie będącej dystrybutorem międzynarodowych marek. Od 5 lat jest właścicielem firmy i dyrektorem zarządzającym Agencji Marketingowej oraz Centrum Szkoleniowego „Digital Brand", którą założyła bazując na własnym, praktycznym doświadczeniu marketingowo-sprzedażowym. Współpracuje z klientami różnych branż z całej Polski wspierając ich w potrzebnych dla nich obszarach sprzedażowo-marketingowych. Pisze strategie marketingowe oraz wdraża wraz z zespołem jej narzędzia pomagając w przejściu transformacji cyfrowej. Swoją wiedzę przekazuje jako Trener na szkoleniach o tematyce: Marketing dla branż, Social Media (Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn), Content marketing, Strategie marketingowe oraz sprzedażowe, Zarządzanie przedsiębiorstwem, Wprowadzanie produktów na rynek. Zrealizowała ponad 1500 godzin szkoleniowych w ciągu ostatnich 5 lat i przeszkoliła ponad 800 osób.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymują skrypt z materiałami do samodzielnego utrwalenia materiału, prezentację ze szkolenia, a także certyfikat szkolenia.

Warunki uczestnictwa

Wymogi unijne związane z realizacją szkolenia z dofinansowaniem:

- Logowanie się pełnym imieniem i nazwiskiem
- Włączona kamera oraz dostęp do mikrofonu

Niespełnienie powyższych może skutkować brakiem dofinansowania

- Warunkiem uzyskania zaświadczenia jest uczestnictwo w co najmniej 80%- 100% (w zależności od programu dofinansowania i podpisanej umowy z Operatorem) zajęć usługi rozwojowej
- W ramach realizacji usług szkoleniowych, Organizator utrwala wizerunek Uczestników w formie nagrań wideo, fotografii lub innych materiałów audiowizualnych wyłącznie w celach archiwizacyjnych, kontrolnych oraz dokumentacyjnych związanych z projektem dofinansowanym.
- Uczestnik zapisując się na szkolenie wyraża zgodę na utrwalenie i wykorzystanie jego wizerunku w wyżej wymienionych celach.
- Organizator nie udostępnia nagrań Uczestnikom po szkoleniu.

Regulamin świadczenia usług szkoleniowych znajduje się na stronie:

https://digitalbrand.com.pl/

Informacje dodatkowe

- **Zawarto umowę z WUP w Toruniu w ramach projektu Kierunek – Rozwój**
- **Zawarto umowę z Wojewódzkim Urzędem Pracy w Szczecinie na świadczenie usług rozwojowych z wykorzystaniem elektronicznych bonów szkoleniowych w ramach projektu Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe**

Jak przygotować się do szkolenia aby było jeszcze bardziej efektywne?

- Sprawdź czy masz dostęp do swojego konta prywatnego na Facebooku
- Sprawdź czy masz dostęp do swojej strony firmowej na Facebooku, Instagramie i TikToku – jeśli nie – postaraj się uzyskać
- Sprawdź czy masz dostęp do swojej strony internetowej/sklepu internetowego
- Załóż bezpłatny program graficzny Canva. Nie trzeba go instalować, wystarczy logować się w przeglądarce internetowej. Można także skorzystać testowej, bezpłatnej wersji Canva PRO (okres testowy wynosi 30 dni)
- Przygotuj 3-4 zdjęcia firmowe (mogą być także prywatne) oraz 1-2 krótkie filmy do 10 sekund

Warunki techniczne

Rekomendowane warunki techniczne:

- Procesor dwurdzeniowy 2GHz lub lepszy (zalecany czterordzeniowy);
- 2GB pamięci RAM (zalecane 4GB lub więcej);
- System operacyjny taki jak Windows 8 (zalecany Windows 11), Mac OS wersja 10.13 (zalecana najnowsza wersja), Linux, Chrome OS.
- Szkolenie realizowane jest na platformie ClickMeeting. 3 dni przed szkoleniem Uczestnicy otrzymają link do szkolenia.
- Link jest aktywny od rozpoczęcia szkolenia do daty jego zakończenia
- Ponieważ ClickMeeting jest platformą opartą na przeglądarce, wymagane jest korzystanie z Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, Edge (Chromium), Yandex lub Opera. Należy korzystać z najaktualniejszej oficjalnej wersji wybranej przeglądarki.
- Aby mieć pewność, że możemy wziąć udział w wydarzeniu bez jakichkolwiek problemów, warto przed szkoleniem sprawdzić działanie platformy, dźwięku i kamery za pomocą udostępnionego podczas logowania **Testu konfiguracji systemu** i postępować zgodnie z instrukcją
- **Działająca kamera i mikrofon** w celu POTWIERDZENIA I UDOKUMENTOWANIA SWOJEJ OBECNOŚCI PODCZAS SZKOLENIA (warunek obligatoryjny dla szkoleń z dofinansowaniem)
- Urządzenie pozwalające na swobodny udział w szkoleniu (laptop/tablet/telefon – preferowany laptop/komputer)
- Stabilne połączenie z Internetem
- Rekomendujemy, aby podczas szkolenia móc korzystać z dwóch monitorów – na jednym, żeby była wyświetlane szkolenie i prezentowane funkcjonalności, na drugim będą Państwo mogli pracować niemalże jednocześnie wraz z Trenerem. Drugim monitorem może być drugi komputer, telewizor lub tablet.
- frekwencja potwierdzana jest na podstawie listy logowań generowanej z systemu Clickmeeting

Instrukcja “Jak korzystać z programu Clickmeeting” znajduje się na stronie:

- **w formie filmu instruktażowego:**
- https://www.youtube.com/watch?v=BCq6KzIVhdo
- **w formie Instrukcji pdf na stronie**
- https://digitalbrand.com.pl/

Zwolnienie z podatku VAT na podstawie art. 43 ust. 1 pkt 29 lit. c ustawy o podatku od towarów i usług z związku z §3 ust. 1 pkt. 14 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20.12.2013r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz szczegółowych warunków stosowania tych zwolnień (Dz. U. z 2020 r. poz. 1983 z późn. zm.).

Kontakt

MAGDALENA GŁOMSKA

E-mail biuro@digitalbrand.com.pl

Telefon (+48) 505 139 506