



Interactive
Advertising Institute
Sp. z o.o.

★★★★★ 4,6 / 5

126 ocen

Akademia marketingu internetowego DIMAQ Basic - szkolenie

Numer usługi 2026/07/06/161607/3671514

- 🗂 Usługa szkoleniowa
- 📺 zdalna w czasie rzeczywistym
- 👥 Zajęcia grupowe
- 🕒 20:30 h
- 📅 05.10.2026 do 14.10.2026

4 428,00 PLN brutto
3 600,00 PLN netto
216,00 PLN brutto/h
175,61 PLN netto/h
250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

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.

Usługa jest adresowana do uczestników projektów, m.in.:

- 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

02-10-2026

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Znak Jakości Małopolskich Standardów Usług Edukacyjno-Szkoleniowych (MSUES) - wersja 2.0

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
Charakteryzuje podstawy digital marketingu	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
Projektuje strategię 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
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
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
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

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
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
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
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
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 2 h 30 min (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 30 min (1 h 15 min teoria, 1 h 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 2 h 30 min (1 h 15 min teoria, 1 h 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 2 h 30 min (1 h 15 min teoria, 1 h praktyka)

- Wprowadzenie do SEM - wyniki organiczne versus płatne w wyszukiwarce
- Jak 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 2 h 30 min (1 h 15 min teoria, 1 h praktyka)

- 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, 3rd 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 30 min (1 h 15 min teoria, 1 h praktyka)

- 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 (1 h 15 min teoria, 1 h praktyka)

- 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 (1 h 15 min teoria, 1 h praktyka)

- 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: test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie. Osoba przeprowadzająca walidację przekazuje uczestnikowi jedynie link do testu i sprawuje nadzór nad jego rzetelnym wypełnieniem, a sprawdzenie prawidłowości odpowiedzi odbywa się automatycznie na podstawie przygotowanego przez trenera klucza odpowiedzi.

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

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

Warunki niezbędne do spełnienia przez uczestników usługi, aby realizacja usługi pozwoliła na osiągnięcie głównego celu: doświadczenie w operacyjnych działaniach z obszaru e-marketingu/e-commerce/marketingu, aktywność na zajęciach, minimalny poziom frekwencji - 80%.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 26

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 26 Wprowadzenie - rozmowa na żywo, chat	Zajęcia	Justyna Spytek	05-10-2026	13:15	13:30	00:15
2 z 26 Digital marketing - podstawy - rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Zajęcia	Justyna Spytek	05-10-2026	13:30	14:45	01:15
3 z 26 -	Przerwa	-	05-10-2026	14:45	15:00	00:15
4 z 26 Digital marketing - podstawy - rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Zajęcia	Justyna Spytek	05-10-2026	15:00	16:00	01:00
5 z 26 Strategia i planowanie - rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Zajęcia	Justyna Spytek	06-10-2026	13:30	14:45	01:15
6 z 26 -	Przerwa	-	06-10-2026	14:45	15:00	00:15

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
7 z 26 Strategia i planowanie - ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Zajęcia	Justyna Spytek	06-10-2026	15:00	16:00	01:00
8 z 26 E-mail marketing - rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Zajęcia	Justyna Spytek	07-10-2026	13:30	14:45	01:15
9 z 26 -	Przerwa	-	07-10-2026	14:45	15:00	00:15
10 z 26 E-mail marketing - ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Zajęcia	Justyna Spytek	07-10-2026	15:00	16:00	01:00
11 z 26 Search Engine Marketing - rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Zajęcia	Justyna Spytek	08-10-2026	13:30	14:45	01:15
12 z 26 -	Przerwa	-	08-10-2026	14:45	15:00	00:15
13 z 26 Search Engine Marketing - ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Zajęcia	Justyna Spytek	08-10-2026	15:00	16:00	01:00

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
14 z 26 Display advertising i programmatic oraz Content Marketing - rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Zajęcia	Justyna Spytek	09-10-2026	13:30	14:45	01:15
15 z 26 -	Przerwa	-	09-10-2026	14:45	15:00	00:15
16 z 26 Display advertising i programmatic oraz Content Marketing - ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Zajęcia	Justyna Spytek	09-10-2026	15:00	16:00	01:00
17 z 26 Social media i video advertising - rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Zajęcia	Justyna Spytek	12-10-2026	13:30	14:45	01:15
18 z 26 -	Przerwa	-	12-10-2026	14:45	15:00	00:15
19 z 26 Social media i video advertising - ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Zajęcia	Justyna Spytek	12-10-2026	15:00	16:00	01:00

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
20 z 26 Analityka internetowa i e-commerce - rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Zajęcia	Justyna Spytek	13-10-2026	13:30	14:45	01:15
21 z 26 -	Przerwa	-	13-10-2026	14:45	15:00	00:15
22 z 26 Analityka internetowa i e-commerce - ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Zajęcia	Justyna Spytek	13-10-2026	15:00	16:00	01:00
23 z 26 Mobile marketing i user experience i prawo w internecie - rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Zajęcia	Justyna Spytek	14-10-2026	13:30	14:45	01:15
24 z 26 -	Przerwa	-	14-10-2026	14:45	15:00	00:15
25 z 26 Mobile marketing i user experience i prawo w internecie - ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Zajęcia	Justyna Spytek	14-10-2026	15:00	16:00	01:00
26 z 26 -	Walidacja	-	14-10-2026	16:00	16:15	00:15

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	20:30
w tym suma godzin zajęć	18:15
w tym suma godzin walidacji	00:15
w tym suma przerw	02:00
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	24:30

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, jeżeli 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	4 428,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	3 600,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	216,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	175,61 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	20:30

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Justyna Spytek

Absolwentka Uniwersytetu Warszawskiego i SGH. Ponad 20 lat praktycznego doświadczenia w marketingu cyfrowym, e-commerce i performance marketingu: w planowaniu, budżetowaniu i rozliczaniu kampanii dla klientów z sektorów e-commerce, finansów, FMCG.

Współtworzyła strategie wprowadzające marki do sprzedaży online (Liberty Direct, Tchibo Direct). Zbudowała od podstaw sieć afiliacyjną TradeTracker Poland do pozycji TOP 3 na rynku. Obecnie Client Success Director w Circlewise, gdzie odpowiada za analitykę, budżetowanie i optymalizację KPI dla największych podmiotów e-commerce.

Certyfikowana trenerka DIMAQ, wykładowczyni studiów podyplomowych i MBA w Akademii Leona Koźmińskiego, była szefowa Grupy Roboczej e-Commerce IAB Polska.

Ostatnie 5 lat aktywnie działa w branży marketingowej.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymują:

- materiały autorskie, opracowane przez trenera, udostępniane uczestnikom w formie PDF 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-ECcommerce-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 prosimy o kontakt na mail: 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.

W przypadku zapisów komercyjnych, bez dofinansowania i ID wsparcia prosimy o zapisy przez stronę: www.dimaq.pl.

Informacje dodatkowe

Usługa szkoleniowa jest zwolniona z podatku VAT w przypadku, kiedy dofinansowanie wynosi co najmniej 70%. W innej sytuacji do ceny netto doliczany jest podatek VAT w wysokości 23%.

Jeśli szkolenie spełnia powyższe warunki i Uczestnik/Pracodawca chce, aby faktura była wystawiona bez podatku VAT, prosimy o taką informację przed rozpoczęciem szkolenia na mail: szkolenia@dimaq.eu.

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.

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

Kontakt



PATRYCJA DĄBEK

E-mail p.dabek@dimaq.eu

Telefon (+48) 504 451 512