



DIGITAL BRAND
MAGDALENA
GŁOMSKA

★★★★★ 4,6 / 5

2 277 ocen

Szkolenie Marketing cyfrowy i zielone kompetencje: Facebook, Instagram oraz TikTok z elementami AI. Fotografia smartfonowa. Videomarketing - rolki. Canva. System reklamowy Meta Advance. E-COMMERCE + SEO -optymalizacja pod wyszukiwarki. Google Analytics + Google Ads. 9 dni

Numer usługi 2026/10/09/118911/3869001

- Usługa szkoleniowa
- zdalna w czasie rzeczywistym
- Zajęcia grupowe
- 72:00 h
- 07.01.2027 do 26.01.2027

6 480,00 PLN brutto
6 480,00 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, Małopolski Pociąg do kariery, Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe
Grupa docelowa usługi	Szkolenie skierowane jest do : - Jednoosobowych działalności gospodarczych - Przedsiębiorstw, korporacji i dużych firm - prezesów i właścicieli - Specjalistów SEO / SEM - 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 - Osób chcących podnieść swoje kompetencje 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	05-01-2027
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje do samodzielnego budowania wizerunku marki i zwiększania sprzedaży online za pomocą narzędzi takich jak Facebook, Instagram, TikTok, SEO, Google Ads i Google Analytics. Uczy korzystania z płatnych i bezpłatnych form promocji, optymalizacji stron pod wyszukiwarki oraz analizy wyników marketingowych. Usługa przygotowuje do kompleksowego wsparcia dla firm, które chcą efektywnie zarządzać widocznością w sieci i rozwijać działania reklamowe.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Planuje właściwe strategie SEO	Ocena 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	Analiza dowodów i deklaracji
	Tworzy Google Search Console na stronie	Analiza dowodów i deklaracji
	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	Wykorzystuje czat GPT oraz Claude jako narzędzie AI do generowania opisów	Analiza dowodów i deklaracji
	Dobiera słowa kluczowe z wykorzystaniem AI: czat GPT, Claude, Yoast	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Wykorzystuje sztuczną inteligencję przy kreowaniu strategii e-commerce, tworzeniu opisów, optymalizacji i automatyzacji procesów e-commerce.	Analiza dowodów i deklaracji
	Wykorzystuje dostępne mu narzędzia do tworzenia materiałów video	Analiza dowodów i deklaracji
	Edytuje nagrywane materiały.	Analiza dowodów i deklaracji
Tworzy krótki i długie filmy bezpośrednio z aplikacji Instagram i TikTok	Wykorzystuje aplikację CapCut, Mojo, VN do tworzenia rolek	Analiza dowodów i deklaracji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
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
	Wykorzystuje Canwę to tworzenia grafik na potrzeby Social Media	Analiza dowodów i deklaracji
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
Tworzy efektywne treści za pomocą smartfona	dostosowuje treści do specyficznych wymagań różnych platform społecznościowych	Analiza dowodów i deklaracji
	Rozróżnia warunki wykonywania zdjęć i filmów różnych typów (portrety, krajobrazy, zdjęcia produktowe, vlogi) z zachowaniem wysokiej jakości.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Posługuje się wiedzą w zakresie zastosowania smartfona w fotografii i wideo do celów marketingowych	Definiuje zasady kompozycji, oświetlenia, ekspozycji oraz kadrowania i zastosowania ich w praktyce.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Definiuje ustawienia odpowiednie parametry aparatu w smartfonie (np. ISO, czas naświetlania, balans bieli).	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Identyfikuje podstawowe pojęcia z zakresu fotografii i wideo do celów marketingowych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Określa i stosuje zasady zrównoważonego rozwoju w marketingu cyfrowym oraz projektuje działania zgodne z kompetencjami zielonymi i zasadami eco-designu	Określa wybór narzędzi i treści marketingowych ograniczających nadprodukcję i ślad środowiskowy	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Definiuje zasady odpowiedzialnej i proekologicznej komunikacji w przygotowanych kampaniach lub materiałach graficznych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji lub wyrażnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem zawierają opis efektów uczenia się?

TAK

Pytanie 2. Czy dokument lub wyrażnie 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 wyrażnie 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.

Liczba godzin praktycznych: 54h

Liczba godzin teoretycznych: 18h

Test walidacyjny generowany automatycznie. (pre-test).

DZIEŃ I – Podstawy marketingu cyfrowego na Facebooku i zielonej komunikacji

Blok I – Marketing cyfrowy na Facebooku – teoria, współdzielenie ekranu

- Rola marketingu cyfrowego w **zrównoważonym rozwoju i gospodarce niskoemisyjnej**
- Zielone kompetencje w marketingu cyfrowym – odpowiedzialna i etyczna komunikacja
- Najważniejsze ustawienia i ukryte, a wartościowe funkcje Fanpage'a.
- Analiza profili na Facebooku i case study marek odpowiedzialnych społecznie i środowiskowo

- Wyznaczanie zgodnych z zasadami **ESG i odpowiedzialnej konsumpcji**
- Spójność identyfikacji wizualnej na Facebooku i komunikacyjnej marki bez greenwashingu

Blok II – Content marketing i media plan przy wsparciu AI – teoria + praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia

- Planowanie postów z wykorzystaniem narzędzi Facebooka w sposób świadomy środowiskowo
- Tworzenie media planu z wykorzystaniem sztucznej inteligencji
- Język korzyści i wartości, komunikacja proekologiczna i edukacyjna
- Konkursy i reagowanie na sytuacje kryzysowe, w tym ryzyko greenwashingu

Blok III – Canva – teoria, współdzielenie ekranu,

- Omówienie najważniejszych funkcji
- Eco-design: projektowanie materiałów minimalizujących nadprodukcję treści

Blok IV – Canva – praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia

- Tworzenie podstaw identyfikacji graficznej
- Tworzenie szablonów graficznych na potrzeby social media z uwzględnieniem zrównoważonego projektowania

DZIEŃ II Meta reklamy

Blok I – Business Manager – teoria + praktyka

- Konfiguracja Business Managera
- Zarządzanie kontami w sposób odpowiedzialny cyfrowo

Blok II – Grupy odbiorców – teoria + praktyka

- Analiza i tworzenie grup docelowych
- Etyczne targetowanie i segmentacja zainteresowań
- Ograniczanie nadmierowej emisji reklam

Blok III – Menedżer reklam – teoria + praktyka

- Cele reklamowe na Facebooka i Instagram
- Budowa lejka sprzedażowego zgodnie z zasadami zrównoważonego marketingu
- Planowanie budżetu, treści zakazane i odpowiedzialne tworzenie kampanii

Blok IV – Meta Advance – praktyka

- Remarketing, piksel Facebooka, zdarzenia niestandardowe
- Analiza wyników, wskaźniki ROAS, optymalizacja reklam
- Wykluczenia, grupowanie zainteresowań, stawki ręczne
- AI Advantage+ – kiedy korzystać, a kiedy nie
- Optymalizacja budżetu i reagowanie na zmiany algorytmów Meta 2026

DZIEŃ III – Instagram

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

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

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

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

Blok III – Instagram rolki- praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia

- Trendy muzyczne na Instagramie, pomysły na ciekawą rolę.
- Najważniejsze ustawienia telefonów: Filtry, układ, siatka, nakładki i kategorie.
- Opis na rolkach
- Aplikacje do tworzenia rolek Mojo

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

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

DZIEŃ IV TikTok

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

- Dlaczego TikTok?
- Statystyki 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 hashtagach.
- Optymalizacja profilu: jak stworzyć biogram, który pomoże w lepszym pozycjonowaniu?
- Dont make ads. Make TikToks.

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

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

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

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

- TikTok Creative Center
- Tworzenie złożonych scenariuszy
- Układanie promptów

DZIEŃ V – E-commerce i sprzedaż online

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

- Z czego składa się dobry sklep internetowy: kategoria, produkt, checkout, 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

- 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.

- 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.

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

DZIEŃ VI – SEO

BLOK I – Czynniki wpływające na pozycję w Google - teoria

- 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

- 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

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

BLOK IV – Zaplecza i przyszłość SEO - teoria

- 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 VII – Fotografia mobilna i komunikacja wizualna

Blok I – Rola fotografii w marketingu – teoria, współdzielenie ekranu

- Fotografia w budowaniu wizerunku marki i w celach marketingowych
- Komunikacja wizualna i przyszłość contentu mobile
- Fotografia mobilna jako **niskoemisyjna forma produkcji contentu**
- Inspiracje i cechy dobrego zdjęcia

Blok II – Sprzęt i akcesoria. Ustawienia smartfona – praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia

- Dlaczego sprzęt nie jest najważniejszy – świadome wykorzystanie zasobów
- Analiza aparatu w smartfonie i ustawienia zdjęć / nagrań
- Storytelling wizualny – sekwencje zdjęć i ograniczanie nadprodukcji treści

Blok III – Mistrzowska edycja zdjęć i nagrań – praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia

- Narzędzia do edycji zdjęć
- Aplikacje premiowane przez algorytmy SM
- Naturalna edycja, korekta balansu bieli i temperatura barwowa

Blok IV – Promocja w SM – teoria + praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia

- Nagrywanie stories, rolek, shortsów i TikToka
- Budowanie marki osobistej w duchu **zrównoważonego rozwoju**
- Efektywne wykorzystanie LinkedIna, Facebooka, Instagrama i TikToka
- Możliwości monetyzacji fotografii mobilnej

DZIEŃ VIII – Google Analytics

BLOK I – Google Analytics - teoria

- Czym jest analityka webowa?
- Dlaczego wybrać Google Analytics?

- Jakie są alternatywy dla Google Analytics?
- Opcje Google Analytics

BLOK II – Instalacja i konfiguracja Google Analytics - teoria+ praktyka

- Jak pracować z danymi?
- Zrozumienie podstawowych danych
- Kategorie danych

BLOK III – Analityka - teoria

- Kluczowe zakresy konfiguracji
- Odfiltrowanie niepożądanych danych
- Monitorowanie wewnętrznej wyszukiwarki serwisu
- Opcje zaawansowane konfiguracji

BLOK IV – Google Search Console -- teoria+ praktyka

- Praktyczne wykorzystanie danych analitycznych
- Podstawowe pojęcia analityczne
- Kluczowe zasady pracy z danymi
- Segmentacja danych
- Weryfikacja zmian i trendów

DZIEŃ IX Google reklamy

BLOK I –Google Ads - system reklamowy - teoria

- Typy oraz formaty reklam
- Podstawowa terminologia. Przedstawienie sposobów płatności

BLOK II – Założenie konta Google Ads. Płatności. Budżet kampanii - teoria+ praktyka

- Przegląd najważniejszych narzędzi do sprzedaży online
- Wybór i konfiguracja narzędzi, case studies pokazujące ich zastosowanie.

BLOK III – Prawidłowa struktura kampanii - teoria+ praktyka

- Typy dopasowań słów kluczowych
- Tworzenie atrakcyjnych przekazów reklamowych
- Rozszerzenia reklam
- Podstawowe wskazówki optymalizacyjne

BLOK IV –Skuteczność kampanii i jej ocena – praktyka

- Ocena kampanii

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.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 73

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 73 -	Walidacja	-	07-01-2027	08:00	08:30	00:30
2 z 73 Blok I – Eksperckie Sztuczki Instagrama - teoria + praktyka, współdzielenie ekranu,	Zajęcia	Paulina Salamon-Kinas	07-01-2027	08:30	10:00	01:30
3 z 73 -	Przerwa	-	07-01-2027	10:00	10:15	00:15
4 z 73 Blok II – Zwiększanie wizerunku na Instagramie - praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia	Zajęcia	Paulina Salamon-Kinas	07-01-2027	10:15	12:15	02:00
5 z 73 -	Przerwa	-	07-01-2027	12:15	12:45	00:30
6 z 73 Blok III – Instagram rolki- praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia	Zajęcia	Paulina Salamon-Kinas	07-01-2027	12:45	14:00	01:15
7 z 73 Blok IV – Influencer Marketing na Instagramie- teoria, współdzielenie ekranu	Zajęcia	Paulina Salamon-Kinas	07-01-2027	14:00	15:15	01:15
8 z 73 -	Przerwa	-	07-01-2027	15:15	15:30	00:15
9 z 73 Zajęcia warsztatowe	Zajęcia	Paulina Salamon-Kinas	07-01-2027	15:30	16:00	00:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
10 z 73 Blok I - Dlaczego TikTok?-Profil prywatny, firmowy + system reklamowy – teoria, współdzielenie ekranu	Zajęcia	Paulina Salamon-Kinas	08-01-2027	08:00	10:00	02:00
11 z 73 -	Przerwa	-	08-01-2027	10:00	10:15	00:15
12 z 73 Blok II - TikTok rolki - stworzymy efektowne nagrania w aplikacji – praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia	Zajęcia	Paulina Salamon-Kinas	08-01-2027	10:15	12:15	02:00
13 z 73 -	Przerwa	-	08-01-2027	12:15	12:45	00:30
14 z 73 Blok III - CapCut – aplikacja do tworzenia rolek - praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia	Zajęcia	Paulina Salamon-Kinas	08-01-2027	12:45	14:00	01:15
15 z 73 Blok IV - Wykorzystanie AI do tworzenia contentu na TikToku - praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia	Zajęcia	Paulina Salamon-Kinas	08-01-2027	14:00	15:15	01:15
16 z 73 -	Przerwa	-	08-01-2027	15:15	15:30	00:15
17 z 73 Zajęcia warsztatowe	Zajęcia	Paulina Salamon-Kinas	08-01-2027	15:30	16:00	00:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
18 z 73 Blok I – Rola fotografii w marketingu – teoria, współdzielenie ekranu	Zajęcia	Magdalena Szmidt	09-01-2027	08:00	10:00	02:00
19 z 73 -	Przerwa	-	09-01-2027	10:00	10:15	00:15
20 z 73 Blok II – Sprzęt i akcesoria. Ustawienia smartfona – praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia	Zajęcia	Magdalena Szmidt	09-01-2027	10:15	12:15	02:00
21 z 73 -	Przerwa	-	09-01-2027	12:15	12:45	00:30
22 z 73 Blok III – Mistrzowska edycja zdjęć i nagrań – praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia	Zajęcia	Magdalena Szmidt	09-01-2027	12:45	14:00	01:15
23 z 73 Blok IV – Promocja w SM – teoria + praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia	Zajęcia	Magdalena Szmidt	09-01-2027	14:00	15:15	01:15
24 z 73 -	Przerwa	-	09-01-2027	15:15	15:30	00:15
25 z 73 Zajęcia warsztatowe	Zajęcia	Magdalena Szmidt	09-01-2027	15:30	16:00	00:30
26 z 73 Blok I – Marketing cyfrowy na Facebooku – teoria, współdzielenie ekranu	Zajęcia	MAGDALENA GŁOMSKA	11-01-2027	08:00	10:00	02:00

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
27 z 73 -	Przerwa	-	11-01-2027	10:00	10:15	00:15
28 z 73 Blok II – Content marketing i media plan przy wsparciu AI – teoria + praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia	Zajęcia	MAGDALENA GŁOMSKA	11-01-2027	10:15	12:15	02:00
29 z 73 -	Przerwa	-	11-01-2027	12:15	12:45	00:30
30 z 73 Blok III – Canva – teoria, współdzielenie ekranu,	Zajęcia	MAGDALENA GŁOMSKA	11-01-2027	12:45	14:00	01:15
31 z 73 Blok IV – Canva – praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia	Zajęcia	MAGDALENA GŁOMSKA	11-01-2027	14:00	15:15	01:15
32 z 73 -	Przerwa	-	11-01-2027	15:15	15:30	00:15
33 z 73 zajęcia warsztatowe	Zajęcia	MAGDALENA GŁOMSKA	11-01-2027	15:30	16:00	00:30
34 z 73 Blok I – Business Manager – teoria + praktyka	Zajęcia	MAGDALENA GŁOMSKA	12-01-2027	08:00	10:00	02:00
35 z 73 -	Przerwa	-	12-01-2027	10:00	10:15	00:15
36 z 73 Blok II – Grupy odbiorców – teoria + praktyka	Zajęcia	MAGDALENA GŁOMSKA	12-01-2027	10:15	12:15	02:00
37 z 73 -	Przerwa	-	12-01-2027	12:15	12:45	00:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
38 z 73 Blok III – Menedżer reklam – teoria + praktyka	Zajęcia	MAGDALENA GŁOMSKA	12-01-2027	12:45	14:00	01:15
39 z 73 Blok IV – Meta Advance – praktyka	Zajęcia	MAGDALENA GŁOMSKA	12-01-2027	14:00	15:15	01:15
40 z 73 -	Przerwa	-	12-01-2027	15:15	15:30	00:15
41 z 73 zajęcia warsztatowe	Zajęcia	MAGDALENA GŁOMSKA	12-01-2027	15:30	16:00	00:30
42 z 73 BLOK I – Nasz własny sklep internetowy – praktyki na 2026 - teoria	Zajęcia	Krzysztof Bernardyn	18-01-2027	08:00	10:00	02:00
43 z 73 -	Przerwa	-	18-01-2027	10:00	10:15	00:15
44 z 73 BLOK II – Customer journey map w praktyce – identyfikacja touchpointów i projektowanie ścieżki zakupowej klienta - teoria	Zajęcia	Krzysztof Bernardyn	18-01-2027	10:15	12:15	02:00
45 z 73 -	Przerwa	-	18-01-2027	12:15	12:45	00:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
46 z 73 BLOK III – Planowanie kampanii sprzedażowych online – działania direct response i generowanie leadów w praktyce.praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia	Zajęcia	Krzysztof Bernardyn	18-01-2027	12:45	14:00	01:15
47 z 73 BLOK IV – Przedstawienie i omówienie najważniejszych czynników wpływających na pozycję.	Zajęcia	Krzysztof Bernardyn	18-01-2027	14:00	15:15	01:15
48 z 73 -	Przerwa	-	18-01-2027	15:15	15:30	00:15
49 z 73 Zajęcia warsztatowe	Zajęcia	Krzysztof Bernardyn	18-01-2027	15:30	16:00	00:30
50 z 73 BLOK I –Czynniki wpływające na pozycje w Google - teoria	Zajęcia	Krzysztof Bernardyn	19-01-2027	08:00	10:00	02:00
51 z 73 -	Przerwa	-	19-01-2027	10:00	10:15	00:15
52 z 73 BLOK II – SEO Copywriting: warsztaty oraz link building – teoria + praktyka	Zajęcia	Krzysztof Bernardyn	19-01-2027	10:15	12:15	02:00
53 z 73 -	Przerwa	-	19-01-2027	12:15	12:45	00:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
54 z 73 BLOK III – Narzędzia SEO - teoria	Zajęcia	Krzysztof Bernardyn	19-01-2027	12:45	14:00	01:15
55 z 73 BLOK IV – Zaplecza i przyszłość SEO - teoria	Zajęcia	Krzysztof Bernardyn	19-01-2027	14:00	15:15	01:15
56 z 73 -	Przerwa	-	19-01-2027	15:15	15:30	00:15
57 z 73 Zajęcia warsztatowe	Zajęcia	Krzysztof Bernardyn	19-01-2027	15:30	16:00	00:30
58 z 73 BLOK I – Google Analytics - teoria,Współdzielenie ekranu	Zajęcia	Krzysztof Bernardyn	25-01-2027	08:00	10:00	02:00
59 z 73 -	Przerwa	-	25-01-2027	10:00	10:15	00:15
60 z 73 BLOK II – Instalacja i konfiguracja Google Analytics - teoria+praktyka	Zajęcia	Krzysztof Bernardyn	25-01-2027	10:15	12:15	02:00
61 z 73 -	Przerwa	-	25-01-2027	12:15	12:45	00:30
62 z 73 BLOK III – Analityka - teoria,Współdzielenie ekranu	Zajęcia	Krzysztof Bernardyn	25-01-2027	12:45	14:00	01:15
63 z 73 BLOK IV – Google Search Console -- teoria+praktyka.Współdzielenie ekranu, ćwiczenia	Zajęcia	Krzysztof Bernardyn	25-01-2027	14:00	15:15	01:15
64 z 73 -	Przerwa	-	25-01-2027	15:15	15:30	00:15

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
65 z 73 Zajęcia warsztatowe	Zajęcia	Krzysztof Bernardyn	25-01-2027	15:30	16:00	00:30
66 z 73 BLOK I –Google Ads - system reklamowy - teoria.Współdzielenie ekranu	Zajęcia	Dagmara Rżyska	26-01-2027	08:00	10:00	02:00
67 z 73 -	Przerwa	-	26-01-2027	10:00	10:15	00:15
68 z 73 BLOK II – Założenie konta Google Ads. Płatności. Budżet kampanii - teoria+ praktyka,Współdzielenie ekranu, ćwiczenia	Zajęcia	Dagmara Rżyska	26-01-2027	10:15	12:15	02:00
69 z 73 -	Przerwa	-	26-01-2027	12:15	12:45	00:30
70 z 73 BLOK III – Prawidłowa struktura kampanii - teoria+ praktyka.Współdzielenie ekranu	Zajęcia	Dagmara Rżyska	26-01-2027	12:45	14:00	01:15
71 z 73 BLOK IV –Skuteczność kampanii i jej ocena – praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia	Zajęcia	Dagmara Rżyska	26-01-2027	14:00	15:15	01:15
72 z 73 -	Przerwa	-	26-01-2027	15:15	15:30	00:15
73 z 73 -	Walidacja	-	26-01-2027	15:30	16:00	00:30

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	72:00
w tym suma godzin zajęć	62:00
w tym suma godzin walidacji	01:00
w tym suma przerw	09:00
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	84:00

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	6 480,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT	
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	6 480,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	90,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	90,00 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	72:00

Prowadzący

Liczba prowadzących: 5

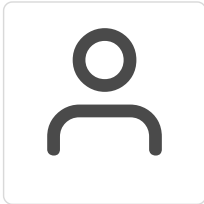


1 z 5

Dagmara Rżyska

Dagmara Rżyska posiada wykształcenie wyższe magisterskie oraz ukończone studia podyplomowe z zakresu Zarządzania i Marketingu Nowych Mediów. Specjalizuje się w kampaniach reklamowych

na Facebooku, Instagramie, LinkedIn oraz Google Ads, a także w optymalizacji SEO. Z branżą digital marketingu związana jest od ponad 13 lat, odpowiadając za strategię obecności marek w Internecie, efektywność kampanii online oraz działania SEO. Współpracowała z takimi markami jak Orange, Żabka, Logitech i Lenovo, skutecznie budując ich wizerunek oraz zwiększając zaangażowanie klientów online. Wykłada na Wyższej Szkole Bankowej, prowadząc zajęcia z digital marketingu, a także szkolenia dla MŚP w zakresie skutecznej reklamy online. Dagmara specjalizuje się w marketingu dla branż takich jak e-commerce, nieruchomości, zdrowie i uroda, szkoleniowa, chemiczna oraz lifestyle, dostosowując kampanie do specyficznych potrzeb i celów klientów. Liczba zrealizowanych szkoleń: około 50-60 szkoleń Liczba przeszkolonych osób: 400, Liczba zrealizowanych godzin szkoleniowych: ponad 500



2 z 5

Paulina Salamon-Kinas

Posiada wykształcenie wyższe. Od ponad sześciu lat działa jako social media manager oraz specjalistka ds. reklamy internetowej, łącząc doświadczenie marketingowe z praktycznymi umiejętnościami tworzenia i montażu materiałów wideo. Specjalizuje się w formatach krótkich, takich jak reels czy filmy reklamowe, doskonale rozumiejąc, jakie treści angażują odbiorców i skutecznie wspierają sprzedaż.

Posiada bogate doświadczenie w pracy edukacyjnej, które dziś wykorzystuje w obszarze nowoczesnego marketingu cyfrowego. Od ponad dwóch lat prowadzi własną agencję kreatywną, pomagając firmom i markom osobistym budować profesjonalny i spójny wizerunek online. Odpowiada także za marketing internetowy na polskim rynku dla jednej z wiodących europejskich marek produkujących zabawki kreatywne i akcesoria szkolne. Jako manager ds. social media od lat zajmuje się kompleksową obsługą firm oraz marek osobistych – od tworzenia strategii, przez realizację kampanii reklamowych, po produkcję skutecznych treści.

Dzięki wieloletniej praktyce i znajomości aktualnych trendów przekazuje wiedzę w sposób przystępny, rzeczowy i oparty na realnych przykładach. W szkoleniach stawia na praktykę, pokazując uczestnikom, jak tworzyć materiały wideo oraz prowadzić działania w social mediach, które rzeczywiście wzmacniają. W ciągu 5 ostatnich lat zrealizowała ponad 3800 godzin szkoleń oraz przeszkoliła ponad 700 osób w zakresie marketingu cyfrowego, w tym video-marketingu, Social Mediów oraz projektowania graficznego.



3 z 5

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. Píše 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.

4 z 5



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 i przeszkolił ponad 300 osób w ostatnich 5 lat – 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.



5 z 5

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.

Równoległe 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.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymują w wersji elektronicznej:

- skrypt z materiałami do samodzielnego utrwalenia materiału
- prezentację ze szkolenia
- certyfikat szkolenia

- zaświadczenie

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 utrzuwa 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

Informacje dodatkowe

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
- Sprawdź czy masz dostęp do konta w Google Analytics i Google Ads (nie jest to obligatoryjne ale skorzystasz więcej ze szkolenia jeśli będziesz mieć dostęp)
- 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

Zawarto umowę z WUP w Toruniu w ramach projektu Kierunek – Rozwój

Zawarto umowę z Wojewódzkim Urzędem Pracy w Szczecinie na świadczenie usług rozwojowych z projektu Zachodniopomorskie Bony

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 wyświetlana szkolenie i prezentowane funkcjonalności, na drugim będą Państwo mogli pracować niemalże jednocześnie wraz z Trenerem. Drugim monitorem może być drugi komputer, telewizor lub tablet.

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 VAT na podstawie art. 43 ust. 1 pkt 29 lit. c ustawy o VAT. W przypadku finansowania usługi w co najmniej 70% ze środków publicznych zastosowanie może znaleźć zwolnienie na podstawie § 3 ust. 1 pkt 14 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20 grudnia 2013 r.

Jeżeli poziom finansowania usługi ze środków publicznych wynosi poniżej 70% i nie występuje inna podstawa zwolnienia, do ceny netto wskazanej w Karcie Usługi zostanie doliczony podatek VAT według stawki 23%. Ostateczny sposób opodatkowania zależy od źródła i poziomu finansowania przypisanego do danego uczestnika.

Kontakt



MAGDALENA GŁOMSKA

E-mail biuro@digitalbrand.com.pl

Telefon (+48) 505 139 506