



DIGITAL BRAND  
MAGDALENA  
GŁOMSKA



**Szkolenie Marketing cyfrowy: Facebook, Instagram/Threads oraz TikTok z elementami AI. Videomarketing - rolki. Canva. System reklamowy Meta Advance. E-COMMERCE + SEO -optymalizacja pod wyszukiwarki. Google Analytics + Google Ads. 8 dni (BONY ROZWOJOWE)**

Numer usługi 2025/01/27/118911/2524154

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 64 h

📅 05.05.2025 do 30.05.2025

**5 760,00 PLN** brutto

5 760,00 PLN netto

90,00 PLN brutto/h

90,00 PLN netto/h

## Informacje podstawowe

|                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|--------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Kategoria</b>                     | Biznes / Marketing                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>Identyfikator projektu</b>        | Kierunek - Rozwój                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <b>Sposób dofinansowania</b>         | wsparcie dla osób indywidualnych<br>wsparcie dla pracodawców i ich pracowników                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>Grupa docelowa usługi</b>         | <p><b>Szkolenie skierowane jest do :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Jednoosobowych działalności gospodarczych</li> <li>• Przedsiębiorstw, korporacji i dużych firm - prezesów i właścicieli</li> <li>• Specjalistów SEO / SEM</li> <li>• Osób zarządzających działami - dyrektorów, menedżerów i kierowników</li> <li>• Zespołów sprzedażowych i marketingowych - projekt managerów</li> <li>• Wyspecjalizowanych działów w obrębie danej firmy - specjalistów ds. marketingu, PR, e-commerce</li> <li>• Instytucji i organizacji pozarządowych (NGO), fundacji, non-profit, spółdzielni, podmiotów społecznych itd.</li> <li>• <b>Uczestników projektu Kierunek-Rozwój</b></li> <li>• <b>Uczestników projektu Bony rozwojowe</b></li> <li>• <b>Usługa również jest adresowana do uczestników Projektu MP oraz dla uczestników projektu NSE</b></li> <li>• <b>Usługa również adresowana dla Uczestników Projektu "Małopolski pociąg do kariery - sezon 1" i/lub dla Uczestników Projektu "Nowy start w Małopolsce z EURESem".</b></li> </ul> |
| <b>Minimalna liczba uczestników</b>  | 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <b>Maksymalna liczba uczestników</b> | 10                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |

|                                 |                                                     |
|---------------------------------|-----------------------------------------------------|
| Data zakończenia rekrutacji     | 30-04-2025                                          |
| Forma prowadzenia usługi        | zdalna w czasie rzeczywistym                        |
| Liczba godzin usługi            | 64                                                  |
| 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 |
|                                | Stosuje SEO do pozyskiwania klientów                                         | Test teoretyczny |
|                                | Dobiera odpowiednie słowa kluczowe                                           | Test teoretyczny |
|                                | Buduje poprawną strukturę strony                                             | Test teoretyczny |
|                                | Definiuje jak sprawdzić, czy firma pozycjonująca dobrze wykonuje swoją pracę | Test teoretyczny |
|                                | Stosuje SEO do pozyskiwania klientów                                         | Test teoretyczny |

| Efekty uczenia się                                                                                                                                                                                                                                                        | Kryteria weryfikacji                                                                                                                         | Metoda walidacji |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| Tworzy strony optymalne dla Google                                                                                                                                                                                                                                        | Definiuje czym jest algorytm Google                                                                                                          | Test teoretyczny |
|                                                                                                                                                                                                                                                                           | Omawia czym jest zaufanie Google do strony i jaki ma ono wpływ na ruch                                                                       | Test teoretyczny |
|                                                                                                                                                                                                                                                                           | Tworzy Google Search Console na stronie                                                                                                      | Test teoretyczny |
|                                                                                                                                                                                                                                                                           | Planuje skuteczną strategię pozyskiwania klientów z Google                                                                                   | Test teoretyczny |
|                                                                                                                                                                                                                                                                           | Wykorzystuje indeksowanie strony przez Google                                                                                                | Test teoretyczny |
| <p>Używa sztucznej inteligencji (AI) w kontekście SEO</p> <p>Tworzy krótki i długie filmy bezpośrednio z aplikacji Instagram i TikTok</p> <p>Wykorzystuje najważniejsze narzędzia na Facebooku i Instagramie w celu dostosowania ich do potrzeb i identyfikacji firmy</p> | Wykorzystuje czat GPT oraz Claude jako narzędzie AI do generowania opisów                                                                    | Test teoretyczny |
|                                                                                                                                                                                                                                                                           | Dobiera słowa kluczowe z wykorzystaniem AI: czat GPT, Claude, Yoast                                                                          | Test teoretyczny |
|                                                                                                                                                                                                                                                                           | wykorzystuje sztuczną inteligencję przy kreowaniu strategii e-commerce, tworzeniu opisów, optymalizacji i automatyzacji procesów e-commerce. | Test teoretyczny |
|                                                                                                                                                                                                                                                                           | Wykorzystuje dostępne mu narzędzia do tworzenia materiałów video                                                                             | Test teoretyczny |
|                                                                                                                                                                                                                                                                           | Edytuje nagrywane materiały.                                                                                                                 | Test teoretyczny |
|                                                                                                                                                                                                                                                                           | Wykorzystuje aplikację CapCut, Mojo, VN do tworzenia rolek                                                                                   | Test teoretyczny |
|                                                                                                                                                                                                                                                                           | Wykorzystuje Narzędzia do planowania i Creatora Studio do planowania postów                                                                  | Test teoretyczny |
|                                                                                                                                                                                                                                                                           | Tworzy strategie marketingowe za pomocą Social Media                                                                                         | Test teoretyczny |
|                                                                                                                                                                                                                                                                           | Charakteryzuje pojęcia nowoczesnego marketingu cyfrowego                                                                                     | Test teoretyczny |
|                                                                                                                                                                                                                                                                           | Definiuje zmiany zachodzące w algorytmie Facebooka i dostosuje swoje działania w sieci                                                       | Test teoretyczny |
|                                                                                                                                                                                                                                                                           | Wykorzystuje Canwę to tworzenia grafik na potrzeby Social Media                                                                              | Test teoretyczny |

| Efekty uczenia się                                    | Kryteria weryfikacji                                                                         | Metoda walidacji |
|-------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| Tworzy grupy docelowej dostosowanej dla swojej branży | Tworzy niestandardowe grupy w celach reklamowych                                             | Test teoretyczny |
|                                                       | Definiuje cele reklamowe w Menedżerze reklam i dostosuje je do strategii marketingowej firmy | Test teoretyczny |

## Kwalifikacje

### Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

#### Warunki uznania kompetencji

**Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji zawiera opis efektów uczenia się?**

Tak, dokument potwierdza opis efektów uczenia się

**Pytanie 2. Czy dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji?**

tak dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji

**Pytanie 3. Czy dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?**

tak dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji

## 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: 48h**

**Liczba godzin teoretycznych: 16h**

#### I DZIEŃ

**Przeprowadzenie testu wiedzy (Pre-test) w ramach walidacji**

**I Blok - Charakterystyka nowoczesnych narzędzi cyfrowych w budowaniu marketingu mix - teoria**

- Cele krótkoterminowe w budowania strategii e-marketingowej
- Cele długoterminowe w budowie strategii e-marketingowej

Fundamenty Facebooka

- Analiza konta na Facebooku - Case study - analiza profilu własnego mocne i słabe strony
- Najważniejsze ustawienia i ukryte, a wartościowe funkcje Fanpage'a
- Jak wyznaczać cele marketingowe dla siebie i zespołu
- Spójność identyfikacji. Najważniejsze ustawienia Fanpage'a

## **II Blok - Content marketing i Media Plan przy wsparciu sztucznej inteligencji AI – jak pisać by nas czytali, jak zaangażować odbiorców pod postem, komunikacja z odbiorcami i język korzyści. Teoria + praktyka**

- Planowanie postów na Facebooku
- Jak pisać by nas czytali i zaangażować odbiorców pod postem.
- **Tworzenie media planu z wykorzystaniem sztucznej inteligencji AI. Narzędzia copywrittera**
- Komunikacja z odbiorcami i język korzyści - metody pisania aranżujących postów dopasowanych do grupy odbiorczej
- Ustalenie kim jest Twój odbiorca i czego oczekuje
- Jakie posty FB i IG wyświetla, a jakich nie
- Sposoby na zwiększenie organicznego zasięgu
- Konkursy - jak je legalnie tworzyć, o czy warto pamiętać i jak angażować odbiorców

## **III Blok - Canva - omówienie programu - praktyka**

- Podstawy Canvy
- Najlepsze formaty grafik w SM

## **IV Blok - Praca w programie Canva - forma statyczna i dynamiczna - praktyka**

- Tworzenie podstaw identyfikacji graficznej - logo, infografika, dobór kolorystyki i fontów
- Tworzenie animacji
- Tricki

## **DZIEŃ II**

### **I Blok - Narzędzia marketingu internetowego w budowaniu marketingu mix – konfiguracja Business Menedżera - teoria+ praktyka**

- Konfiguracja Business Menedżera

### **II Blok - Business Menedżer – grupy odbiorców (Audience Insights) - teoria + praktyka**

- Analiza i tworzenie grup docelowych.
- Grupowanie zainteresowań.
- Jakie grupy dają najlepsze efekty.
- Najczęstsze błędy w tworzeniu grup.

### **III Blok - Menedżer reklam - Konto reklamowe czyli jak pozyskiwać klientów na FB, cele reklamowe -teoria + praktyka**

- Konfiguracja konta.
- Jak nie zablokować konta reklamowego i czym to grozi – treści zakazane.
- Dlaczego nie przez „Promuj post”?
- Budowa lejka sprzedażowego i planowanie budżetu
- Jak zamienić zimny ruch na ciepły
- Analiza dotychczasowych wyników reklam

- Jakie koszty reklam osiągać? Podstawy strategii marketingowych

Najważniejsze cele reklam dedykowanych na Facebooka i Instagram

Omówienie celów:

- Jak pozyskać nowych klientów
- Jak zwiększać zaangażowanie na fanpage i liczbę zapytań w Messengerze
- Jak kierować fanów na stronę internetową
- Jak badać konwersję z koszyka i zakupów

#### **IV Blok - Tworzenie reklam - Teksty i formaty reklamowe - praktyka**

##### **I część - Konfiguracja niestandardowych formatów reklam**

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

##### **II część – Meta Advance - techniki zaawansowane - współdzielenie ekranu**

- Remarketing
- Piksel Facebooka
- Zdarzenia niestandardowe
- Analiza wyników kampanii
- Jak podglądać reklamy konkurencji
- Które wskaźniki na Facebooku mają znaczenie, a które można pominąć.
- Optymalizacja reklam
- Jak i kiedy wprowadzać zmiany w kampaniach
- Wykluczenia – w jaki sposób i dlaczego operować nimi w kampaniach
- Grupowanie zainteresowań, stawki ręczne i inne nietypowe rozwiązania, sztuczki i luki w systemie, które zwiększają wyniki na FB i IG
- Optymalizacja budżetu
- **Zmiany algorytmów w systemie Meta w 2025**
- **Sztuczna inteligencja w Meta Business – „Advantage+” - kiedy korzystać, a kiedy nie**

#### **III DZIEŃ**

##### **I Blok – Eksperckie Sztuczki Instagrama i Threads - teoria + praktyka**

- Przedstawienie Instagrama: Funkcje, różnice, cele
- Jak platforma ewoluowała od początków do dzisiaj. Z platformy fotograficznej do multimedialnego giganta.
- Najważniejsze kamienie milowe: Stories, Reels, zakupy bezpośrednio z aplikacji
- Jak zmieniały się trendy użytkowników na przestrzeni lat?
- Analiza profili
- Jak stworzyć rozpoznawalny brand?
- Omówienie najważniejszych sekcji
- Jak interpretować proste statystyki?

- Threads: nowości na Instagramie

## **II Blok – Zwiększanie wizerunku na Instagramie - praktyka**

- Hashtagi w nich siła. Jak działają hashtagi w 2025 roku?
- Jak zwiększać organicznie zasięgi.
- Interakcje z followersami na Instagramie
- Pomysły na media plan
- Triki na Instagramie w podziale na: relacje, posty i rolki
- Cele reklamowe na Instagramie
- Co nowego po aktualizacjach?
- Co czeka nas w najbliższym czasie?

## **III Blok – Instagram rolki – tworzymy efektowne nagrania w aplikacji - praktyka**

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

## **IV Blok – Influencer Marketing na Instagramie- teoria, rozmowa na żywo**

- Dlaczego współpraca z influencerami jest skuteczna?
- Dobór odpowiednich influencerów
- Rodzaje współprac
- Kreacja treści
- Tworzenie briefu
- Dopasowywanie tribów
- Jak angażować widownię?

## **IV DZIEŃ**

### **I Blok - Dlaczego TikTok? – teoria**

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

### **II Blok – TikTok rolki - tworzymy efektowne nagrania bezpośrednio z aplikacji – praktyka**

- Trendy muzyczne na TikToku
- Najważniejsze ustawienia: Przejścia, tekst, nakładki TikToka
- Opisy na rolach

- Opowieść i MV na TikToku

### **III Blok – CapCut – aplikacja do tworzenia rolek - praktyka**

- CapCut – podstawowe i nieoczywiste funkcje
- Praca ze zdjęciami – jak przerobić zdjęcie w animację
- Nagrywanie video pod obróbkę – trzy triki

### **IV Blok - CapCut i VN– zaawansowane funkcje - współdzielenie ekranu.**

- Dynamizm w rolkach
- Nagrywanie pod bit
- Odwrócenie obrazu
- Wyodrębnianie/dodawanie dźwięku
- Dodawanie Lektora
- Mojo – alternatywny program do relacji i rolek

## **V DZIEŃ**

### **I i II Blok – Nasz własny sklep internetowy**

- Z czego składa się sklep internetowy: kategoria, produkt, checkout, mail
- Jak zaprojektować i zoptymalizować skuteczną stronę produktową?
- Customer journey map w praktyce-identyfikacja touchpointów i projektowanie ścieżki zakupowej klienta

### **III i IV Blok – Planowanie kampanii sprzedażowych online**

- Generowanie leadów – jak pozyskiwać kontakty handlowe w internecie?
- Planowanie kampanii reklamowych

## **VI DZIEŃ**

### **I i II Blok – SEO Copywriting: warsztaty oraz link building**

- Jak pisać teksty przyjazne wyszukiwarkom?
- **Pisanie tekstów z wykorzystaniem słów kluczowych i AI**
- **Sprawdzanie statusów „Ai generated” vs „Human writing”**

### **III i IV Blok – narzędzia SEO, raporty SEO - teoria**

- Profesjonalna analiza stron za pomocą narzędzi jak:
- Ahrefs – z wykorzystaniem AI
- MOZ, Semrush, Senuto

## **Dzień VII**

### **Blok I i II- Google Analytics - wprowadzenie. Instalacja i konfiguracja Google Analytics**

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

### **Blok III i IV- Google Search Console**

- Kluczowe zakresy konfiguracji
- Odfiltrowanie

## **Dzień VIII**

### **Blok I i II Google Ads i Planowanie Kampanii Reklamowych**



- Omówienie pojęć i funkcji
- Narzędzia do słów kluczowych i ich rola w kampaniach

**Blok III i IV**

**Tworzenie Efektywnych Reklam**

- Strategie tworzenia reklam tekstowych i graficznych.
- Przykłady skutecznego copywritingu w Google Ads.
- **Przeprowadzenie testu wiedzy (post-test) w ramach walidacji**

# Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 50

| Przedmiot / temat zajęć                                                                                                                                                                               | Prowadzący        | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| <div>1 z 50</div> Przeprowadzenie testu wiedzy (pre-test w ramach walidacji)                                                                                                                          | -                 | 05-05-2025            | 08:30               | 08:45               | 00:15         |
| <div>2 z 50</div> I Blok - Charakterystyka nowoczesnych narzędzi cyfrowych w budowaniu marketingu mix - teoria-rozmowa na żywo                                                                        | Magdalena Głomska | 05-05-2025            | 08:45               | 10:00               | 01:15         |
| <div>3 z 50</div> Przerwa 30 min                                                                                                                                                                      | Magdalena Głomska | 05-05-2025            | 10:00               | 10:30               | 00:30         |
| <div>4 z 50</div> Content marketing i Media Plan przy wsparciu sztucznej inteligencji AI – jak pisać by nas czytali, jak zaangażować odbiorców pod postem, komunikacja z odbiorcami i język korzyści. | Magdalena Głomska | 05-05-2025            | 10:30               | 12:00               | 01:30         |
| <div>5 z 50</div> Przerwa 15 min                                                                                                                                                                      | Magdalena Głomska | 05-05-2025            | 12:00               | 12:15               | 00:15         |

| Przedmiot / temat zajęć                                                                                                                                               | Prowadzący        | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| <b>6 z 50</b> III Blok - Canva - omówienie programu - praktyka                                                                                                        | Magdalena Głomska | 05-05-2025            | 12:15               | 13:45               | 01:30         |
| <b>7 z 50</b> IV Blok - Praca w programie Canva - forma statyczna i dynamiczna - praktyka                                                                             | Magdalena Głomska | 05-05-2025            | 13:45               | 15:15               | 01:30         |
| <b>8 z 50</b> I Blok - Narzędzia marketingu internetowego w budowaniu marketingu mix – konfiguracja Business Menedżera - teoria+ praktyka- rozmowa na żywo, ćwiczenia | Magdalena Głomska | 06-05-2025            | 08:30               | 10:00               | 01:30         |
| <b>9 z 50</b> Przerwa 30 min                                                                                                                                          | Magdalena Głomska | 06-05-2025            | 10:00               | 10:30               | 00:30         |
| <b>10 z 50</b> II Blok - Business Menedżer – grupy odbiorców (Audience Insights) - teoria+ praktyka ćwiczenia, rozmowa na żywo                                        | Magdalena Głomska | 06-05-2025            | 10:30               | 12:00               | 01:30         |
| <b>11 z 50</b> Przerwa 15 min                                                                                                                                         | Magdalena Głomska | 06-05-2025            | 12:00               | 12:15               | 00:15         |
| <b>12 z 50</b> III Blok - Menedżer reklam - Konto reklamowe czyli jak pozyskiwać klientów na FB, cele reklamowe - teoria+ praktyka ćwiczenia                          | Magdalena Głomska | 06-05-2025            | 12:15               | 13:45               | 01:30         |

| Przedmiot / temat zajęć                                                                        | Prowadzący        | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| <b>13 z 50</b> IV Blok - Tworzenie reklam - Teksty i formaty reklamowe - praktyka              | Magdalena Głomska | 06-05-2025            | 13:45               | 15:15               | 01:30         |
| <b>14 z 50</b> I Blok – Eksperckie Sztuczki Instagrama i Threads - teoria + praktyka           | Paulina Łuczak    | 12-05-2025            | 08:30               | 10:00               | 01:30         |
| <b>15 z 50</b> Przerwa 30 min                                                                  | Paulina Łuczak    | 12-05-2025            | 10:00               | 10:30               | 00:30         |
| <b>16 z 50</b> II Blok – Zwiększanie wizerunku na Instagramie - praktyka                       | Paulina Łuczak    | 12-05-2025            | 10:30               | 12:00               | 01:30         |
| <b>17 z 50</b> Przerwa 15 min                                                                  | Paulina Łuczak    | 12-05-2025            | 12:00               | 12:15               | 00:15         |
| <b>18 z 50</b> III Blok – Instagram rolki – tworzymy efektowne nagrania w aplikacji - praktyka | Paulina Łuczak    | 12-05-2025            | 12:15               | 13:45               | 01:30         |
| <b>19 z 50</b> IV Blok – Influencer Marketing na Instagramie- teoria, rozmowa na żywo          | Paulina Łuczak    | 12-05-2025            | 13:45               | 15:15               | 01:30         |
| <b>20 z 50</b> BLOK1 - Dlaczego TikTok? – teoria- rozmowa na żywo                              | Paulina Łuczak    | 13-05-2025            | 08:30               | 10:00               | 01:30         |
| <b>21 z 50</b> Przerwa 30 min                                                                  | Paulina Łuczak    | 13-05-2025            | 10:00               | 10:30               | 00:30         |

| Przedmiot / temat zajęć                                                                                                                                          | Prowadzący             | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| 22 z 50 BLOK 2 –<br>TikTok rolki -<br>tworzymy<br>efektowne<br>nagrania<br>bezpośrednio z<br>aplikacji –<br>praktyka,<br>współdzielenie<br>ekranu,<br>ćwiczenia. | Paulina Łuczak         | 13-05-2025            | 10:30               | 12:00               | 01:30         |
| 23 z 50 Przerwa<br>15 min                                                                                                                                        | Paulina Łuczak         | 13-05-2025            | 12:00               | 12:15               | 00:15         |
| 24 z 50 BLOK 3 –<br>CapCut –<br>aplikacja do<br>tworzenia rolek -<br>praktyka,<br>współdzielenie<br>ekranu,<br>ćwiczenia.                                        | Paulina Łuczak         | 13-05-2025            | 12:15               | 13:45               | 01:30         |
| 25 z 50 BLOK 4 -<br>CapCut i VN–<br>zaawansowane<br>funkcje -<br>praktyka,<br>współdzielenie<br>ekranu,<br>ćwiczenia.                                            | Paulina Łuczak         | 13-05-2025            | 13:45               | 15:15               | 01:30         |
| 26 z 50 Blok I –<br>Nasz własny<br>sklep internetowy<br>– dobre praktyki<br>na ten rok.-<br>teoria- rozmowa<br>na żywo                                           | Krzysztof<br>Bernardyn | 20-05-2025            | 08:30               | 10:00               | 01:30         |
| 27 z 50 Przerwa<br>30 min                                                                                                                                        | Krzysztof<br>Bernardyn | 20-05-2025            | 10:00               | 10:30               | 00:30         |

| Przedmiot / temat zajęć                                                                                                                                                                 | Prowadzący          | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| <b>28 z 50</b> Blok II – Customer journey map w praktyce – identyfikacja touchpointów i projektowanie ścieżki zakupowej klienta-teoria+ praktyka-rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu | Krzysztof Bernardyn | 20-05-2025            | 10:30               | 12:00               | 01:30         |
| <b>29 z 50</b> Przerwa 15 min                                                                                                                                                           | Krzysztof Bernardyn | 20-05-2025            | 12:00               | 12:15               | 00:15         |
| <b>30 z 50</b> Blok III – Planowanie kampanii sprzedażowych online – działania direct response i generowanie leadów w praktyce.- praktyka-ćwiczenia                                     | Krzysztof Bernardyn | 20-05-2025            | 12:15               | 13:45               | 01:30         |
| <b>31 z 50</b> Blok IV - Przedstawienie i omówienie najważniejszych czynników wpływających na pozycję-teoria+praktyka-rozmowa na żywo                                                   | Krzysztof Bernardyn | 20-05-2025            | 13:45               | 15:15               | 01:30         |
| <b>32 z 50</b> Blok V – czynniki wpływające na pozycje w Google-teoria - rozmowa na żywo                                                                                                | Krzysztof Bernardyn | 21-05-2025            | 08:30               | 10:00               | 01:30         |
| <b>33 z 50</b> Przerwa 30 min                                                                                                                                                           | Krzysztof Bernardyn | 21-05-2025            | 10:00               | 10:30               | 00:30         |

| Przedmiot / temat zajęć                                                                                | Prowadzący          | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| <b>34 z 50</b> Blok VI – SEO Copywriting: warsztaty oraz link building- teoria- rozmowa na żywo        | Krzysztof Bernardyn | 21-05-2025            | 10:30               | 12:00               | 01:30         |
| <b>35 z 50</b> Przerwa 15 min                                                                          | Krzysztof Bernardyn | 21-05-2025            | 12:00               | 12:15               | 00:15         |
| <b>36 z 50</b> Blok VII – narzędzia SEO, raporty SEO- teoria-rozmowa na żywo                           | Krzysztof Bernardyn | 21-05-2025            | 12:15               | 13:45               | 01:30         |
| <b>37 z 50</b> Blok VIII – zaplecza i przyszłość SEO- praktyka- ćwiczenia                              | Krzysztof Bernardyn | 21-05-2025            | 13:45               | 15:15               | 01:30         |
| <b>38 z 50</b> Blok I- Google Analytics - wprowadzenie (teoria)- rozmowa na żywo                       | Krzysztof Bernardyn | 29-05-2025            | 08:30               | 10:00               | 01:30         |
| <b>39 z 50</b> Przerwa 30 minut                                                                        | Krzysztof Bernardyn | 29-05-2025            | 10:00               | 10:30               | 00:30         |
| <b>40 z 50</b> Blok II- Instalacja i konfiguracja Google Analytics (teoria+ praktyka)- rozmowa na żywo | Krzysztof Bernardyn | 29-05-2025            | 10:30               | 12:00               | 01:30         |
| <b>41 z 50</b> Przerwa 30 min                                                                          | Krzysztof Bernardyn | 29-05-2025            | 12:00               | 12:30               | 00:30         |
| <b>42 z 50</b> Blok III- Analityka (praktyka)- ćwiczenia                                               | Krzysztof Bernardyn | 29-05-2025            | 12:30               | 14:00               | 01:30         |

| Przedmiot / temat zajęć                                                                                 | Prowadzący          | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| <b>43 z 50</b> Blok IV-<br>Google Search Console (praktyka)-<br>ćwiczenia                               | Krzysztof Bernardyn | 29-05-2025            | 14:00               | 15:30               | 01:30         |
| <b>44 z 50</b> Blok I -<br>Wprowadzenie do Google Ads -<br>teoria, rozmowa na żywo                      | Dagmara Rżyska      | 30-05-2025            | 08:30               | 10:00               | 01:30         |
| <b>45 z 50</b> Przerwa<br>30 min                                                                        | Dagmara Rżyska      | 30-05-2025            | 10:00               | 10:30               | 00:30         |
| <b>46 z 50</b> Blok II -<br>Planowanie Kampanii Reklamowych -<br>praktyka, współdzielenie ekranu        | Dagmara Rżyska      | 30-05-2025            | 10:30               | 12:00               | 01:30         |
| <b>47 z 50</b> Przerwa<br>30 min                                                                        | Dagmara Rżyska      | 30-05-2025            | 12:00               | 12:30               | 00:30         |
| <b>48 z 50</b> Blok III -<br>Tworzenie Efektywnych Reklam -<br>praktyka, współdzielenie ekranu          | Dagmara Rżyska      | 30-05-2025            | 12:30               | 14:00               | 01:30         |
| <b>49 z 50</b> Blok IV -<br>Optymalizacja i Zarządzanie Kampaniami -<br>praktyka, współdzielenie ekranu | Dagmara Rżyska      | 30-05-2025            | 14:00               | 15:15               | 01:15         |
| <b>50 z 50</b><br>Przeprowadzenie testu wiedzy (post-test w ramach walidacji)                           | -                   | 30-05-2025            | 15:15               | 15:30               | 00:15         |

# Cennik

## Cennik

| Rodzaj ceny                               | Cena         |
|-------------------------------------------|--------------|
| Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto | 5 760,00 PLN |
| Koszt przypadający na 1 uczestnika netto  | 5 760,00 PLN |
| Koszt osobogodziny brutto                 | 90,00 PLN    |
| Koszt osobogodziny netto                  | 90,00 PLN    |

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 4



1 z 4

### 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 4

### Paulina Łuczak

Posiada wykształcenie wyższe, absolwentka Uniwersytetu Merito w Gdańsku oraz programu Googla, ze współpracą z uczelnią SGH w Warszawie, pt. „Umiejętności Jutra”. Te doświadczenia doskonale przygotowały ją do pracy w marketingu cyfrowym.

Podczas trwania programu nabyła umiejętności zarządzania, strategii marketingowej i sprzedażowej, optymalizacji witryn dla wyszukiwarek SEO, zastosowanie reklam w wyszukiwarkach sieciowych oraz w Social Mediach, zdobyła wiedzę o performance marketingu w praktyce, zajmowała się również technologicznymi aspektami prowadzenia biznesu w sieci.

Swoje umiejętności codziennie rozwija w firmie Digital&Brand w Gdańsku. Dzięki swoim doświadczeniom została specjalistą działu marketingu, zajmuje się prowadzeniem wielu kont na Mediach Społecznościowych, między innymi TikTok, Instagram, Facebook. Jedną z ważniejszych



funkcji jest także copywriting oraz wyszukiwanie i analiza treści pod kątem SEO i aktualnych trendów w sieci. W ciągu ostatnich 5 lat przeprowadziła ponad 250h szkoleń i przeszkoliła ponad 100 osób z zakresu marketingu internetowego, w tym TikToka, Instagram i videomarketingu.



3 z 4

## 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.



4 z 4

## 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

# 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 utrwała 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

### 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**

## 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/>

# Kontakt



**Magdalena Głomska**

**E-mail** [biuro@digitalbrand.com.pl](mailto:biuro@digitalbrand.com.pl)

**Telefon** (+48) 505 139 506