



TALLENTO S.C.

**Reklama i strategia digital marketingu.**

Numer usługi 2025/04/02/120192/2666435

zdalna w czasie rzeczywistym

Usługa szkoleniowa

80 h

26.05.2025 do 24.06.2025

15 440,00 PLN brutto

15 440,00 PLN netto

193,00 PLN brutto/h

193,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Sposób dofinansowania	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Szkolenie jest przeznaczone zarówno dla początkujących, jak i osób średnio zaawansowanych, które chcą rozwinąć swoje umiejętności w reklamie i digital marketingu.
Minimalna liczba uczestników	1
Maksymalna liczba uczestników	16
Data zakończenia rekrutacji	25-05-2025
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	80
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Certyfikat systemu zarządzania jakością wg. ISO 9001:2015 (PN-EN ISO 9001:2015) - w zakresie usług szkoleniowych

Cel

Cel edukacyjny

Celem szkolenia jest zapoznanie uczestników z nowoczesnymi technikami digital marketingu, w tym budowaniem marki, content marketingiem, oraz strategią reklamy w mediach społecznościowych. Uczestnicy nauczą się tworzyć skuteczne kampanie reklamowe, budować relacje z klientami oraz angażować ich przez storytelling i personalizację. Szkolenie ma na celu rozwój kompetencji w obszarze cyfrowych działań marketingowych i reklamowych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Definiuje podstawowe pojęcia związane z digital marketingiem:	Rozróżnia kluczowe kanały marketingu online	Test teoretyczny
	Wyjaśnia rolę nowoczesnych technologii w promocji online	Wywiad swobodny
Tworzy strategię reklamową z wykorzystaniem storytellingu i psychologii marketingu	Opracowuje koncepcję komunikacji marki w oparciu o emocje i wartości	Obserwacja w warunkach symulowanych
		Wywiad swobodny
	Projektuje kampanię reklamową z uwzględnieniem zasad psychologii reklamy	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Analizuje potencjał treści w kontekście SEO	Test teoretyczny
Zoptymalizuje treści pod kątem SEO i content marketingu	Tworzy wartościowe materiały marketingowe wspierające SEO	Prezentacja
Przygotowuje strategię działań w social mediach	Wybiera odpowiednie platformy do promocji marki	Wywiad swobodny
	Planowanie współpracy z influencerami w celu zwiększenia zasięgów	Prezentacja
Projektuje długofalową strategię budowania relacji z klientami	Opracowuje spersonalizowaną kampanię marketingową	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Formułuje plany działań, które angażują klientów i zwiększają ich lojalność	Wywiad swobodny

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

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

tak

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

tak

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

tak

Program

1h szkoleniowa trwa 45min. Przerwy są wliczone w czas szkolenia.

Reklama i strategia digital marketingu

1. Wprowadzenie do nowoczesnego marketingu online

- Jak zmienił się marketing w erze cyfrowej?
- Reklama vs. strategia – co jest ważniejsze dla skutecznej promocji?
- Kluczowe kanały digital marketingu i ich rola w budowaniu marki
- Najnowsze trendy i technologie – AI, personalizacja, marketing omnichannel
- Case studies – przykłady skutecznych kampanii i działań online

2. Budowanie wizerunku marki przez storytelling

- Jak stworzyć spójny i rozpoznawalny wizerunek marki?
- Storytelling – jak opowiadać historie, które sprzedają?
- Psychologia marketingu – jak budować emocjonalne więzi z klientami?
- Zarządzanie reputacją i kryzysy wizerunkowe w sieci

3. SEO i content marketing – jak zdobyć ruch organiczny?

- Dlaczego SEO jest kluczowe dla widoczności firmy?
- Blogi, artykuły, infografiki – jakie treści budują zaangażowanie?
- Strategie wyszukiwania i tworzenia wartościowych materiałów
- Tworzenie sieci powiązań i zwiększenie widoczności w sieci

4. Social Media i influencer marketing

- Wybór odpowiednich platform społecznościowych dla mojej działalności
- Budowanie strategii komunikacji w social media
- Współpraca z influencerami – jak znaleźć odpowiednich partnerów?
- Automatyzacja działań i narzędzia do zarządzania social media

5. Tworzenie skutecznych edukacyjnych treści, które przyciągają klienta

- Formy przekazu - podcasty, webinary, eBooki, kursy online,
- Cykl uczenia się dorosłych,
- Czym się różni się sprzedawanie wiedzy w realu i online?
- Jak dostosować treści edukacyjne do różnych typów uczniów?

6. Psychologia reklamy – jak przyciągnąć i przekonać klienta?

- Jak działają mechanizmy decyzyjne klientów?
- Neuromarketing w reklamie – kolory, CTA, copywriting perswazyjny
- Różnice w podejściu do reklamy B2B i B2C
- Emocje i storytelling jako kluczowe elementy kampanii reklamowych

7. Transformacja w świecie reklam

- Od hasła i ogłoszenia w gazecie do kilkunastosekundowych rolek, które sprzedają
- Jak tworzyć kampanie, które nie tylko sprzedają, ale budują długotrwałe relacje z konsumentami?
- Rola autentyczności i transparentności w nowoczesnych kampaniach reklamowych
- Wykorzystanie reklam w kontrakcie employer branding

8. Czy musisz być influencerem, żeby sprzedawać online?

- Przegląd portali społecznościowych, które wspierają sprzedaż
- Rola mikroinfluencerów i społeczności – jak małe, ale zaangażowane grupy mogą wspierać sprzedaż?
- Jak łączyć działania promujące produkty z tworzeniem wartościowego contentu, który angażuje odbiorców i zwiększa lojalność?
- Co i komu sprzedaje się na portalach społecznościowych oraz poprzez płatne reklamy - szukanie inspiracji, kreowanie własnego wizerunku

9. Budowanie relacji z klientami przez reklamy i marketing

- Jak budować zaufanie i więź z klientem przez reklamy, które odzwierciedlają wartości Twojej marki?
- Personalizacja komunikacji - wykorzystanie danych o klientach do tworzenia bardziej spersonalizowanych kampanii, które trafiają do ich potrzeb i emocji?
- Jak sprawić, by Twoja marka była postrzegana jako bardziej ludzka i bliska odbiorcom, co buduje lojalność i zaangażowanie? - humanizacja marki
- Budowanie długotrwałych relacji z klientami – Jak tworzyć kampanie, które nie tylko sprzedają, ale przede wszystkim angażują i utrzymują klientów na dłużej?

10. Warsztaty praktyczne – tworzenie kompleksowej strategii digital marketingu

- Tworzenie strategii marketingowej dla własnej firmy lub projektu
- Planowanie budżetu reklamowego i dobór kanałów
- Projektowanie kampanii reklamowych
- Indywidualne konsultacje i analiza przygotowanych strategii

Walidacja usługi

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 30 1. Wprowadzenie do nowoczesnego marketingu online	Agnieszka Wojtowicz-Chałupa	26-05-2025	09:00	12:00	03:00
2 z 30 przerwa	Agnieszka Wojtowicz-Chałupa	26-05-2025	12:00	12:15	00:15
3 z 30 1. Wprowadzenie do nowoczesnego marketingu online - cz.2	Agnieszka Wojtowicz-Chałupa	26-05-2025	12:15	15:00	02:45
4 z 30 2. Budowanie wizerunku marki przez storytelling	Agnieszka Wojtowicz-Chałupa	27-05-2025	09:00	12:00	03:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
5 z 30 przerwa	Agnieszka Wojtowicz-Chałupa	27-05-2025	12:00	12:15	00:15
6 z 30 2. Budowanie wizerunku marki przez storytelling. cz.2	Agnieszka Wojtowicz-Chałupa	27-05-2025	12:15	15:00	02:45
7 z 30 3. SEO i content marketing – jak zdobyć ruch organiczny?	Agnieszka Wojtowicz-Chałupa	28-05-2025	09:00	12:00	03:00
8 z 30 przerwa	Agnieszka Wojtowicz-Chałupa	28-05-2025	12:00	12:15	00:15
9 z 30 3. SEO i content marketing – jak zdobyć ruch organiczny? cz.2	Agnieszka Wojtowicz-Chałupa	28-05-2025	12:15	15:00	02:45
10 z 30 4. Social Media i influencer marketing	Agnieszka Wojtowicz-Chałupa	02-06-2025	09:00	12:00	03:00
11 z 30 przerwa	Agnieszka Wojtowicz-Chałupa	02-06-2025	12:00	12:15	00:15
12 z 30 4. Social Media i influencer marketing. cz2	Agnieszka Wojtowicz-Chałupa	02-06-2025	12:15	15:00	02:45
13 z 30 5. Tworzenie skutecznych edukacyjnych treści, które przyciągają klienta	Agnieszka Wojtowicz-Chałupa	03-06-2025	09:00	12:00	03:00
14 z 30 przerwa	Agnieszka Wojtowicz-Chałupa	03-06-2025	12:00	12:15	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
15 z 30 5. Tworzenie skutecznych edukacyjnych treści, które przyciągają klienta. cz2	Agnieszka Wojtowicz-Chałupa	03-06-2025	12:15	15:00	02:45
16 z 30 6. Psychologia reklamy – jak przyciągnąć i przekonać klienta?	Agnieszka Wojtowicz-Chałupa	05-06-2025	09:00	12:00	03:00
17 z 30 przerwa	Agnieszka Wojtowicz-Chałupa	05-06-2025	12:00	12:15	00:15
18 z 30 6. Psychologia reklamy – jak przyciągnąć i przekonać klienta? cz.2	Agnieszka Wojtowicz-Chałupa	05-06-2025	12:15	15:00	02:45
19 z 30 7. Transformacja w świecie reklam	Agnieszka Wojtowicz-Chałupa	09-06-2025	09:00	12:00	03:00
20 z 30 przerwa	Agnieszka Wojtowicz-Chałupa	09-06-2025	12:00	12:15	00:15
21 z 30 7. Transformacja w świecie reklam. cz.2	Agnieszka Wojtowicz-Chałupa	09-06-2025	12:15	15:00	02:45
22 z 30 8. Czy musisz być influencerem, żeby sprzedawać online?	Agnieszka Wojtowicz-Chałupa	12-06-2025	09:00	12:00	03:00
23 z 30 przerwa	Agnieszka Wojtowicz-Chałupa	12-06-2025	12:00	12:15	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
24 z 30 8. Czy musisz być influencerem, żeby sprzedawać online? cz.2	Agnieszka Wojtowicz-Chałupa	12-06-2025	12:15	15:00	02:45
25 z 30 9. Budowanie relacji z klientami przez reklamy i marketing	Agnieszka Wojtowicz-Chałupa	16-06-2025	09:00	12:00	03:00
26 z 30 przerwa	Agnieszka Wojtowicz-Chałupa	16-06-2025	12:00	12:15	00:15
27 z 30 9. Budowanie relacji z klientami przez reklamy i marketing. cz.2	Agnieszka Wojtowicz-Chałupa	16-06-2025	12:15	15:00	02:45
28 z 30 10. Warsztaty praktyczne – tworzenie kompleksowej strategii digital marketingu	Agnieszka Wojtowicz-Chałupa	24-06-2025	09:00	12:00	03:00
29 z 30 przerwa	Agnieszka Wojtowicz-Chałupa	24-06-2025	12:00	12:15	00:15
30 z 30 10. Warsztaty praktyczne – tworzenie kompleksowej strategii digital marketingu. cz.2	Agnieszka Wojtowicz-Chałupa	24-06-2025	12:15	15:00	02:45

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	15 440,00 PLN

Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	15 440,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	193,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	193,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Agnieszka Wojtowicz-Chałupa

Trener biznesu i manager sprzedaży z wieloletnim doświadczeniem w prowadzeniu szkoleń i wspieraniu MŚP. Projektuje i wdraża procesy doradczo-rozwojowe z zakresu zarządzania, sprzedaży i team buildingu. Uczy, jak budować silne zespoły oraz jak efektywnie sprzedawać. W swojej pracy skupia się na optymalnym wykorzystaniu potencjału i talentów uczestników, również poprzez przeprowadzane ośrodki oceny assessment/development center, do podnoszenia efektywności działań oraz optymalizacji zysków. Jest absolwentką studiów na kierunkach Zarządzanie Zasobami Ludzkimi, Finanse i Controlling. Łącząc wiedzę z ponad 10-letnim doświadczeniem, podchodzi do pracy wielopłaszczyznowo. W efekcie jest w stanie dostarczyć i przeprowadzić diagnozę oraz pokazać możliwości rozwiązań i wdrożyć konkretne działania. Prowadzi szkolenia w zakresie sprzedaży, zarządzania, komunikacji, radzenia sobie ze stresem, asertywności, oraz szeroko pojętych kompetencji miękkich.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

- pliki dokumentów przygotowane w formacie .doc, .pdf,
- prezentacja multimedialna
- linki do nagrań wideo udostępnione w internecie
- materiały z ćwiczeń i gier szkoleniowych wykorzystywane na sali - instrukcje, karty pracy itp

Warunki techniczne

Warunki techniczne niezbędne do udziału w usłudze:

a) platformę /rodzaj komunikatora, za pośrednictwem którego prowadzona będzie usługa - **Google Meet** <https://meet.google.com/?hs=197&authuser=0>

b) minimalne wymagania sprzętowe, jakie musi spełniać komputer Uczestnika lub inne urządzenie do zdalnej komunikacji - przeglądarka internetowa Google Chrome (preferowana), Safari, Opera lub Mozilla Firefox w najnowszych wersjach. Mikrofon, głośnik lub zestaw słuchawkowy

c) minimalne wymagania dotyczące parametrów łącza sieciowego, jakim musi dysponować Uczestnik: łącze internetowe: min download: 768 Mb/s, min upload: 384 Mb/s.

d) niezbędne oprogramowanie umożliwiające Uczestnikom dostęp do prezentowanych treści i materiałów: komputer PC z systemem Operacyjnym Windows 7/8.x/10 (za wyjątkiem Windows 10 S) albo komputer

MacBook z systemem Mac OS X 10.5 lub wyższy.

e) okres ważności linku umożliwiającego uczestnictwo w spotkaniu on-line: link jest ważny od pół godziny przed rozpoczęciem usługi do momentu jej zakończenia

Kontakt



Agnieszka Wojtowicz-Chałupa

E-mail a.wojtowicz-chalupa@wp.pl

Telefon (+48) 664 028 879