







DIGITAL BRAND
MAGDALENA
GŁOMSKA

★★★★★ 4,6 / 5

2 027 ocen

Szkolenie Marketing cyfrowy i zielone kompetencje: Facebook, Instagram/Threads oraz TikTok z elementami AI. Fotografia smartfonowa. Videomarketing - rolki. Canva. System reklamowy Meta Advance. Google Analytics + Google Ads.

Numer usługi 2026/03/26/118911/3439558

-  Usługa szkoleniowa
-  zdalna w czasie rzeczywistym
-  56:00 h
-  01.06.2026 do 26.06.2026

5 040,00 PLN brutto
5 040,00 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	<ul style="list-style-type: none"> • 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 jest 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	12
Data zakończenia rekrutacji	31-05-2026
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje do budowania wizerunku marki i sprzedaży online z wykorzystaniem Facebooka, Instagrama i TikToka, z uwzględnieniem zasad zrównoważonego rozwoju. Rozwija kompetencje w zakresie ekologicznej, odpowiedzialnej komunikacji, etycznego przekazu oraz świadomego korzystania z narzędzi marketingowych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Planuje właściwe strategie SEO	Definiuje zasady SEO	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Dobiera odpowiednie słowa kluczowe	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Tworzy strony optymalne dla Google	Definiuje czym jest algorytm Google	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Definiuje zasady tworzenia Google Search Console na stronie	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Definiuje kroki umożliwiające skuteczną strategię pozyskiwania klientów z Google	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Definiuje zasady indeksowania strony przez Google	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Tworzy krótki i długie filmy bezpośrednio z aplikacji Instagram i TikTok	Wykorzystuje dostępne mu narzędzia do tworzenia materiałów video	Analiza dowodów i deklaracji
	Edytuje nagrywane materiały.	Analiza dowodów i deklaracji
	Wykorzystuje aplikację CapCut, Mojo, VN do tworzenia rolek	Analiza dowodów i deklaracji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Wykorzystuje najważniejsze narzędzia na Facebooku i Instagramie w celu dostosowania ich do potrzeb i identyfikacji firmy	Definiuje narzędzia do planowania treści	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Tworzy strategie marketingowe za pomocą Social Media	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Charakteryzuje pojęcia nowoczesnego marketingu cyfrowego	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Definiuje zmiany zachodzące w algorytmie Facebooka i dostosuje swoje działania w sieci	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Wykorzystuje Canwę do tworzenia grafik na potrzeby Social Media	Analiza dowodów i deklaracji
Tworzy grupy docelowe dostosowane dla swojej branży	Dobiera 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	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	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
	<p>Definiuje ustawienia odpowiednie parametry aparatu w smartfonie (np. ISO, czas naświetlania, balans bieli).</p> <p>Identyfikuje podstawowe pojęcia z zakresu fotografii i wideo do celów marketingowych</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p> <p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>

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
Stosuje digitalizację zamiast dokumentów papierowych	Definiuje zachowania ograniczające zużycie papieru	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Analizuje zużycie papieru w działaniach marketingowych Analizuje wpływ działań online na zużycie energii	Identyfikuje działania generujące największe zużycie papieru i definiuje rozwiązania redukujące	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Identyfikuje najbardziej energochłonne działania Wskazuje kampanie o niższym zużyciu energii	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

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

TAK

Pytanie 2. Czy dokument lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji i zgodnie z zaplanowanymi metodami walidacji?

TAK

Pytanie 3. Czy dokument lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielanie 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: 47,5 h

Liczba godzin teoretycznych: 8 h

Test walidacyjny generowany automatycznie. (pre-test) 15 minut

Test walidacyjny generowany automatycznie. (post-test) 15 minut

DZIEŃ I – Podstawy marketingu cyfrowego i zielonej komunikacji

Blok I – Marketing cyfrowy i zrównoważony marketing mix – teoria

- Rola marketingu cyfrowego w **zrównoważonym rozwoju i gospodarce niskoemisyjnej**
- Zielone kompetencje w marketingu cyfrowym – odpowiedzialna i etyczna komunikacja
- Analiza profili i case study marek odpowiedzialnych społecznie i środowiskowo
- Wyznaczanie celów marketingowych zgodnych z zasadami **ESG i odpowiedzialnej konsumpcji**
- Spójność identyfikacji wizualnej i komunikacyjnej marki bez greenwashingu

Blok II – Content marketing i media plan przy wsparciu AI – teoria + praktyka

- 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
- Definiowanie grup odbiorców i person zakupowych świadomych konsumentów
- Konkursy i reagowanie na sytuacje kryzysowe, w tym ryzyko greenwashingu

Blok III – Canva – teoria

- Omówienie najważniejszych funkcji programu przydatnych do tworzenia grafik na SM
- Eco-design: projektowanie materiałów minimalizujących nadprodukcję treści

Blok IV – Canva – praktyka

- Tworzenie podstaw identyfikacji graficznej: logo, infografiki, dobór kolorystyki i fontów
- Tworzenie szablonów graficznych na potrzeby social media z uwzględnieniem zrównoważonego projektowania

DZIEŃ II – Reklama Meta i zarządzanie kampaniami

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 nadmiarowej 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 – Fotografia mobilna i komunikacja wizualna

Blok I – Rola fotografii w marketingu – teoria / wideorozmowa

- • 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

- • 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

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

Blok IV – Promocja w SM – teoria + praktyka

- • 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 IV – Instagram i Threads

Blok I – Eksperckie sztuczki – teoria + praktyka

- • Funkcje Instagrama i Threads, różnice, cele platform
- Analiza profili marek odpowiedzialnych
- Budowanie rozpoznawalnego brandu zgodnego z wartościami ESG

Blok II – Zwiększanie wizerunku – praktyka

- • Hashtagi i zasięgi organiczne, komunikacja edukacyjna
- Interakcje z followersami
- Pomysły na media plan z treściami proekologicznymi

Blok III – Instagram rolki – praktyka

- • Trendy muzyczne i pomysły na rolki
- Ustawienia telefonu, filtry, układ, nakładki
- Identyfikacja graficzna zgodna z zasadami eco-designu
- Aplikacje Mojo i CapCut

Blok IV – Influencer marketing – teoria

- • Dobór odpowiednich influencerów zgodnych z wartościami ESG
- Rodzaje współprac, tworzenie briefu, dopasowanie tribów
- Angażowanie widowni w sposób etyczny i proekologiczny

DZIEŃ V – TikTok i AI

Blok I – Profil i system reklamowy – teoria / rozmowa na żywo

- • Dlaczego TikTok, statystyki i nasza grupa docelowa
- SEO, algorytmy i odpowiedzialne prowadzenie konta biznesowego
- Tworzenie treści edukacyjnych i zrównoważonych

Blok II – TikTok rolki – praktyka

- • Trendy muzyczne, funkcje „Popularne dźwięki”

- Przejścia, nakładki, efekty zgodne z aktualnymi trendami
- Opisy i napisy (captions) – pod SEO i wartości edukacyjne

Blok III – CapCut – praktyka

- Montaż wideo, praca ze zdjęciami, dynamika rolki
- Lektor, wyodrębnianie / dodawanie dźwięku

Blok IV – Wykorzystanie AI do contentu – praktyka

- TikTok Creative Center i TikTok Symphony Assistant
- Tworzenie scenariuszy, promptów i treści edukacyjnych

DZIEŃ VI – Google Analityka

Blok I i II- Google Analytics - wprowadzenie. Instalacja i konfiguracja Google Analytics - teoria+ praktyka

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

Blok III i IV- Google Search Console - teoria+ praktyka

- Kluczowe zakresy konfiguracji
- Odfiltrowanie

DZIEŃ VII – Google Ads

Blok I i II Google Ads i Planowanie Kampanii Reklamowych - teoria

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

Blok III i IV - Tworzenie Efektywnych Reklam - teoria + praktyka

- Strategie tworzenia reklam tekstowych i graficznych.
- Przykłady skutecznego copywritingu w Google Ads.

Test walidacyjny generowany automatycznie. (post-test).

Forma walidacji:

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

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

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 44

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 44 Test walidacyjny generowany automatycznie. (pre-test).	-	01-06-2026	08:30	08:45	00:15

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
2 z 44 Blok I – Marketing cyfrowy i zrównoważony marketing mix – teoria	MAGDALENA GŁOMSKA	01-06-2026	08:45	10:00	01:15
3 z 44 Przerwa 30 minut	MAGDALENA GŁOMSKA	01-06-2026	10:00	10:30	00:30
4 z 44 Blok II – Content marketing i media plan przy wsparciu AI – teoria + praktyka	MAGDALENA GŁOMSKA	01-06-2026	10:30	12:00	01:30
5 z 44 Przerwa 15 minut	MAGDALENA GŁOMSKA	01-06-2026	12:00	12:15	00:15
6 z 44 Blok III – Canva – teoria	MAGDALENA GŁOMSKA	01-06-2026	12:15	13:45	01:30
7 z 44 Blok IV – Canva – praktyka	MAGDALENA GŁOMSKA	01-06-2026	13:45	15:15	01:30
8 z 44 Blok I – Business Manager – teoria + praktyka	MAGDALENA GŁOMSKA	02-06-2026	08:30	10:00	01:30
9 z 44 Przerwa 30 minut	MAGDALENA GŁOMSKA	02-06-2026	10:00	10:30	00:30
10 z 44 Blok II – Grupy odbiorców – teoria + praktyka	MAGDALENA GŁOMSKA	02-06-2026	10:30	12:00	01:30
11 z 44 Przerwa 15 minut	MAGDALENA GŁOMSKA	02-06-2026	12:00	12:15	00:15
12 z 44 Blok III – Menedżer reklam – teoria + praktyka	MAGDALENA GŁOMSKA	02-06-2026	12:15	13:45	01:30
13 z 44 Blok IV – Meta Advance – praktyka	MAGDALENA GŁOMSKA	02-06-2026	13:45	15:15	01:30

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
14 z 44 Blok I – Rola fotografii w marketingu – teoria / wideorozmowa	Magdalena Szmidt	06-06-2026	08:30	10:00	01:30
15 z 44 Przerwa 30 min	Magdalena Szmidt	06-06-2026	10:00	10:30	00:30
16 z 44 Blok II – Sprzęt i akcesoria. Ustawienia smartfona – praktyka	Magdalena Szmidt	06-06-2026	10:30	12:00	01:30
17 z 44 Przerwa 15 min	Magdalena Szmidt	06-06-2026	12:00	12:15	00:15
18 z 44 Blok III – Mistrzowska edycja zdjęć i nagrań – praktyka	Magdalena Szmidt	06-06-2026	12:15	13:45	01:30
19 z 44 Blok IV – Promocja w SM – teoria + praktyka	Magdalena Szmidt	06-06-2026	13:45	15:15	01:30
20 z 44 Blok I – Eksperckie sztuczki – teoria + praktyka	Paulina Salamon-Kinas	08-06-2026	08:30	10:00	01:30
21 z 44 Przerwa 30 minut	Paulina Salamon-Kinas	08-06-2026	10:00	10:30	00:30
22 z 44 Blok II – Zwiększanie wizerunku – praktyka	Paulina Salamon-Kinas	08-06-2026	10:30	12:00	01:30
23 z 44 Przerwa 15 minut	Paulina Salamon-Kinas	08-06-2026	12:00	12:15	00:15
24 z 44 Blok III – Instagram rolki – praktyka	Paulina Salamon-Kinas	08-06-2026	12:15	13:45	01:30

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
25 z 44 Blok IV – Influencer marketing – teoria	Paulina Salamon-Kinas	08-06-2026	13:45	15:15	01:30
26 z 44 Blok I – Profil i system reklamowy – teoria / rozmowa na żywo	Paulina Salamon-Kinas	09-06-2026	08:30	10:00	01:30
27 z 44 Przerwa 30 minut	Paulina Salamon-Kinas	09-06-2026	10:00	10:30	00:30
28 z 44 Blok II – TikTok rolki – praktyka	Paulina Salamon-Kinas	09-06-2026	10:30	12:00	01:30
29 z 44 Przerwa 15 minut	Paulina Salamon-Kinas	09-06-2026	12:00	12:15	00:15
30 z 44 Blok III – CapCut – praktyka	Paulina Salamon-Kinas	09-06-2026	12:15	13:45	01:30
31 z 44 Blok IV – Wykorzystanie AI do contentu – praktyka	Paulina Salamon-Kinas	09-06-2026	13:45	15:15	01:30
32 z 44 Blok I- Google Analytics - wprowadzenie (teoria)- rozmowa na żywo	Krzysztof Bernardyn	25-06-2026	08:30	10:00	01:30
33 z 44 Przerwa 30 minut	Krzysztof Bernardyn	25-06-2026	10:00	10:30	00:30
34 z 44 Blok II- Instalacja i konfiguracja Google Analytics (teoria+ praktyka)- rozmowa na żywo	Krzysztof Bernardyn	25-06-2026	10:30	12:00	01:30
35 z 44 Przerwa 15 min	Krzysztof Bernardyn	25-06-2026	12:00	12:15	00:15

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
36 z 44 Blok III- Analityka (praktyka)- ćwiczenia	Krzysztof Bernardyn	25-06-2026	12:15	13:45	01:30
37 z 44 Blok IV- Google Search Console (praktyka)- ćwiczenia	Krzysztof Bernardyn	25-06-2026	13:45	15:15	01:30
38 z 44 Blok I - Wprowadzenie do Google Ads - teoria, rozmowa na żywo	Dagmara Rżyska	26-06-2026	08:30	10:00	01:30
39 z 44 Przerwa 30 min	Dagmara Rżyska	26-06-2026	10:00	10:30	00:30
40 z 44 Blok II - Planowanie Kampanii Reklamowych - praktyka, współdzielenie ekranu	Dagmara Rżyska	26-06-2026	10:30	12:00	01:30
41 z 44 Przerwa 15 min	Dagmara Rżyska	26-06-2026	12:00	12:15	00:15
42 z 44 Blok III - Tworzenie Efektywnych Reklam - praktyka, współdzielenie ekranu	Dagmara Rżyska	26-06-2026	12:15	13:45	01:30
43 z 44 Blok IV - Optymalizacja i Zarządzanie Kampaniami - praktyka, współdzielenie ekranu	Dagmara Rżyska	26-06-2026	13:45	15:00	01:15
44 z 44 Test walidacyjny generowany automatycznie. (post-test).	-	26-06-2026	15:00	15:15	00:15

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 040,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT	
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 040,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	90,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	90,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 5



1 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 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.

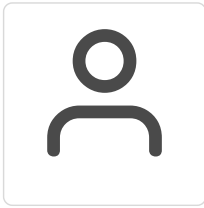


2 z 5

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



3 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.



4 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.



5 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.

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

Uczestnik szkolenia zdobędzie praktyczną wiedzę, jak łączyć działania marketingowe w social mediach z realnymi zasadami ekologii i zrównoważonego rozwoju. Nauczy się nie tylko komunikować wartości, ale przede wszystkim wdrażać je w codzienne funkcjonowanie firmy. Będzie potrafił ograniczyć nadprodukcję treści poprzez planowanie contentu i ponowne wykorzystanie materiałów (np. przekształcanie jednego nagrania w wiele formatów), co zmniejsza zużycie zasobów i energii. Pozna sposoby redukcji śladu cyfrowego, m.in. poprzez optymalizację plików, świadome korzystanie z chmury czy ograniczanie zbędnych kampanii reklamowych.

W praktyce wdroży działania takie jak: zmniejszenie zużycia papieru (digitalizacja procesów marketingowych), ograniczenie zużycia energii (np. planowanie publikacji i pracy narzędzi), wybór bardziej efektywnych kampanii zamiast masowych działań, czy współpraca z odpowiedzialnymi influencerami i partnerami. Nauczy się także tworzyć treści edukacyjne, które realnie wpływają na postawy klientów – promując świadome wybory zakupowe, trwałość produktów czy minimalizm.

Dodatkowo uczestnik pozna rozwiązania takie jak: budowanie transparentnej komunikacji (unikanie greenwashingu), etyczne wykorzystanie AI, odpowiedzialne targetowanie reklam oraz zarządzanie budżetem w sposób ograniczający marnowanie zasobów. Dzięki temu będzie mógł wdrożyć w swojej firmie konkretne, mierzalne działania wspierające zarówno rozwój biznesu, jak i środowisko.

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

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 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/>

Kontakt



MAGDALENA GŁOMSKA

E-mail biuro@digitalbrand.com.pl

Telefon (+48) 505 139 506