



## Specjalista ds. marketingu cyfrowego z AI: strategia, Google Ads i Meta Ads – szkolenie

Numer usługi 2026/04/26/204734/3514048

5 280,00 PLN brutto  
5 280,00 PLN netto  
220,00 PLN brutto/h  
220,00 PLN netto/h  
250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

FUNDACJA  
ROZWOJU  
KOMPETENCJI  
ZAWODOWYCH  
"AHA"

Brak ocen dla tego dostawcy

- 📍 Szczecin
- 🏢 Usługa szkoleniowa
- 📄 stacjonarna
- 👥 Zajęcia grupowe
- 🕒 24:00 h
- 📅 21.08.2026 do 23.08.2026

## Informacje podstawowe

<b>Kategoria</b>	Biznes / Marketing
<b>Identyfikatory projektów</b>	Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe
<b>Grupa docelowa usługi</b>	<p>Szkolenie skierowane jest do osób dorosłych indywidualnych oraz pracowników firm, którzy chcą rozwijać kompetencje w zakresie marketingu cyfrowego, planowania strategii marki oraz prowadzenia działań reklamowych w Google Ads i Meta Ads z wykorzystaniem AI. Uczestnikami mogą być osoby początkujące lub średniozaawansowane, w szczególności pracownicy działów marketingu, sprzedaży, obsługi klienta, osoby odpowiedzialne za promocję firmy, pozyskiwanie klientów, tworzenie treści, prowadzenie social mediów lub wspieranie sprzedaży online.</p> <p>Nie jest wymagane wcześniejsze doświadczenie w obsłudze kampanii reklamowych, jednak uczestnik powinien posiadać podstawową umiejętność obsługi komputera, przeglądarki internetowej i narzędzi online oraz orientować się w podstawowych działaniach promocyjnych firmy lub marki.</p>
<b>Minimalna liczba uczestników</b>	2
<b>Maksymalna liczba uczestników</b>	12
<b>Data zakończenia rekrutacji</b>	20-08-2026
<b>Forma prowadzenia usługi</b>	stacjonarna
<b>Podstawa uzyskania wpisu do BUR</b>	Certyfikat systemu zarządzania jakością wg. ISO 9001:2015 (PN-EN ISO 9001:2015) - w zakresie usług szkoleniowych

# Cel

## Cel edukacyjny

Usługa „Specjalista ds. marketingu cyfrowego z AI: strategia, Google Ads i Meta Ads – szkolenie” przygotowuje do samodzielnego planowania i realizowania działań marketingu cyfrowego z wykorzystaniem AI, w tym opracowania strategii marki, oferty, lejka sprzedażowego, kampanii Google Ads i Meta Ads oraz analizowania efektów działań na podstawie wskaźników.

## Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Charakteryzuje elementy strategii marki i ekosystemu marketingu cyfrowego.	rozdziela elementy strategii marki, w tym opis firmy, analizę rynku, analizę konkurencji, analizę SWOT, USP, Buyer Personę, ofertę, lead magnet, lejek sprzedażowy i landing page	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	charakteryzuje różnice między zaspokajaniem popytu a generowaniem popytu w działaniach marketingu cyfrowego	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Charakteryzuje zasady działania kampanii Google Ads i Meta Ads z wykorzystaniem AI	rozdziela podstawowe elementy kampanii Google Ads i Meta Ads, w tym strukturę kampanii, grup reklam, zestawów reklam, reklam, słów kluczowych, targetowania i budżetu	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	charakteryzuje zastosowanie AI w kampaniach reklamowych, w tym automatyzację stawek, personalizację komunikatów, generowanie treści reklamowych i wspieranie optymalizacji wyników	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Opracowuje strategię marki i odbiorcy dla działań marketingu cyfrowego	sporządza opis firmy, analizę SWOT oraz profil klienta idealnego z uwzględnieniem jego potrzeb, problemów i kryteriów decyzyjnych	Analiza dowodów i deklaracji
	formułuje USP, założenia identyfikacji wizualnej oraz założenia oferty dopasowanej do wybranego odbiorcy	Analiza dowodów i deklaracji
Projektuje lejek sprzedażowy i elementy pozyskiwania leadów	opracowuje ścieżkę klienta od poznania marki do zakupu z uwzględnieniem etapów lejka sprzedażowego	Analiza dowodów i deklaracji
	przygotowuje założenia lead magnetu oraz landing page wspierających pozyskiwanie leadów lub sprzedaż	Analiza dowodów i deklaracji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Planuje kampanie Google Ads i Meta Ads oraz działania wspierające ich skuteczność	przygotowuje założenia kampanii Google Ads, w tym słowa kluczowe, nagłówki, opisy i podstawowe założenia analityki	Analiza dowodów i deklaracji
	przygotowuje założenia kampanii Meta Ads, w tym targetowanie, teksty reklamowe, koncepcję kreacji oraz sposób optymalizacji kampanii	Analiza dowodów i deklaracji
Ocenia własne przygotowanie do realizacji działań marketingu cyfrowego i planuje dalszy rozwój	wskazuje mocne strony i obszary wymagające rozwoju w przygotowanej strategii oraz założeniach kampanii reklamowych	Analiza dowodów i deklaracji
	formułuje wnioski z wykonanych zadań i określa dalsze działania rozwojowe w zakresie marketingu cyfrowego, pracy z AI oraz analizy wyników	Analiza dowodów i deklaracji

## Kwalifikacje

### Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

#### Warunki uznania kompetencji

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

TAK

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

TAK

Pytanie 3. Czy dokument lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

## Program

Warunki osiągnięcia celu edukacyjnego

Dla osiągnięcia celu edukacyjnego, polegającego na przygotowaniu uczestnika do samodzielnego planowania i realizowania działań marketingu cyfrowego z wykorzystaniem AI, w tym opracowania strategii marki, oferty, lejka sprzedażowego, kampanii Google Ads i Meta Ads oraz analizowania efektów działań na podstawie wskaźników, zakończonego walidacją – uczestnik powinien być osobą dorosłą indywidualną lub pracownikiem firmy zainteresowanym rozwojem kompetencji w obszarze marketingu cyfrowego.

Szkolenie adresowane jest w szczególności do osób początkujących i średniozaawansowanych, pracowników działów marketingu, sprzedaży, obsługi klienta, osób odpowiedzialnych za promocję firmy, pozyskiwanie klientów, tworzenie treści, prowadzenie social mediów lub wspieranie sprzedaży online. Uczestnik powinien posiadać podstawową umiejętność obsługi komputera, przeglądarki internetowej i narzędzi online oraz orientować się w podstawowych działaniach promocyjnych firmy, marki, produktu lub usługi.

### **Zakres tematyczny**

Szkolenie obejmuje kompleksowe przygotowanie uczestnika do pracy w obszarze marketingu cyfrowego z wykorzystaniem narzędzi AI, w tym opracowanie strategii marki, przygotowanie fundamentów oferty i lejka sprzedażowego, planowanie oraz uruchamianie kampanii Google Ads i Meta Ads, a także analizę skuteczności działań marketingowych.

## **DZIEŃ 1 – Strategia, oferta i fundamenty z wykorzystaniem AI**

### **Moduł 1: Fundamenty strategii marki**

- Omówienie roli strategii marki w marketingu cyfrowym.
- Omówienie elementów opisu firmy, analizy rynku, analizy konkurencji i analizy SWOT.
- Omówienie znaczenia identyfikacji wizualnej i USP w komunikacji marki.
- Omówienie koncepcji Buyer Persony oraz klienta jako „Bohatera” w komunikacji marki.
- Omówienie struktury oferty, lead magnetu, lejka sprzedażowego i landing page.

### **Moduł 2: Opracowanie strategii marki i odbiorcy**

- Przygotowanie kompleksowego opisu firmy.
- Wykonanie analizy rynku i konkurencji.
- Opracowanie analizy SWOT.
- Określenie założeń identyfikacji wizualnej.
- Sformułowanie USP – Unikalnej Propozycji Sprzedaży.
- Opracowanie profilu klienta, czyli Buyer Persony.
- Zastosowanie koncepcji „Bohatera” w komunikacji marki.
- Określenie budżetu na działania marketingowe.

### **Moduł 3: Opracowanie oferty i ekosystemu sprzedażowego**

- Przygotowanie założeń skutecznej oferty.
- Zaprojektowanie lead magnetu przyciągającego wartościowe leady.
- Zaprojektowanie lejka sprzedażowego, czyli ścieżki klienta od poznania marki do zakupu.
- Przygotowanie założeń landing page konwertującej ruch na leady i sprzedaż.

## **DZIEŃ 2 – Zaspokajanie popytu: ekosystem Google Ads i AI**

### **Moduł 4: Zaspokajanie popytu i ekosystem Google Ads**

- Omówienie różnic między ruchem ciepłym a ruchem zimnym.
- Omówienie sposobów odpowiadania na istniejące potrzeby rynkowe.
- Omówienie architektury ekosystemu Google Ads, w tym sieci wyszukiwania.
- Omówienie zasad wykorzystania AI w Google Ads do automatyzacji stawek, personalizacji i poprawy Wyniku Jakości.
- Omówienie podstaw mierzenia skuteczności kampanii z wykorzystaniem Google Analytics i Google Tag Manager.
- Omówienie roli SEO i Wizytówki Firmy w Google jako uzupełnienia działań płatnych.

### **Moduł 5: Projektowanie i uruchamianie kampanii Google Ads z wykorzystaniem AI**

- Wykorzystanie Dokumentu Strategii AI z dnia 1 do przygotowania kampanii.
- Implementacja wygenerowanych słów kluczowych, opisów i nagłówek do kampanii.
- Tworzenie kampanii PPC krok po kroku.
- Optymalizacja i skalowanie kampanii Google Ads.
- Wykorzystanie AI w ekosystemie Google do personalizacji i poprawy wyników kampanii.
- Przygotowanie założeń analityki kampanii.

### **Moduł 6: Organiczne zaspokajanie popytu**

- Przygotowanie założeń działań SEO jako uzupełnienia działań płatnych.

- Opracowanie rekomendacji dla Wizytówki Firmy w Google.
- Zaplanowanie działań wspierających widoczność w lokalnych wynikach wyszukiwania.

### DZIEŃ 3 – Generowanie popytu: ekosystem Meta Ads i AI

#### Moduł 7: Generowanie popytu i ekosystem Meta Ads

- Omówienie różnicy między generowaniem a zaspokajaniem popytu.
- Omówienie sposobów docierania do zimnego ruchu.
- Omówienie architektury ekosystemu Meta: Menedżer Reklam, kampanie, zestawy reklam i reklamy.
- Omówienie zasad wykorzystania AI w Meta Ads do generowania tekstów reklamowych i kreacji.
- Omówienie działania algorytmów uczenia maszynowego, w tym Advantage+.
- Omówienie zasad analizy wskaźników, optymalizacji reklam i skalowania budżetów.

#### Moduł 8: Projektowanie i uruchamianie kampanii Meta Ads z wykorzystaniem AI

- Wykorzystanie Dokumentu Strategii AI z dnia 1 do planowania kampanii Meta Ads.
- Zastosowanie profilu klienta idealnego do targetowania.
- Generowanie tekstów reklamowych z wykorzystaniem AI.
- Przygotowanie koncepcji kreacji graficznych do kampanii.
- Uruchamianie kampanii Meta Ads od A do Z.
- Wykorzystanie algorytmów Advantage+ do maksymalizacji wyników.
- Optymalizacja reklam i skalowanie budżetów.

#### Moduł 9: Organiczne social media

- Zaplanowanie działań na Facebook Fanpage i Instagramie.
- Określenie roli organicznych social mediów w budowaniu wiarygodności kampanii płatnych.
- Przygotowanie założeń komunikacji organicznej wspierającej kampanie Meta Ads.

#### Walidacja efektów uczenia się

Łączna ilość godzin: 24 h zegarowe w tym: 3h teoria, 17,5h praktyka, 3h przerwy, 0,5 walidacja

#### Warunki organizacyjne

1. Szkolenie grupowe; rekomendowana wielkość grupy: 12 osób (maks.).
2. Uczestnicy pracują warsztatowo na własnych laptopach (lub komputerach dostępnych w sali)
3. Usługa jest realizowana w godzinach zegarowych 1h=60 min.
4. Przerwy wliczają się w czas trwania usługi i mogą być elastycznie dostosowane do tempa pracy uczestników i dynamiki szkolenia
5. Walidacja jest realizowana ostatniego dnia szkolenia
6. Metody walidacji efektów uczenia się: Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie, Analiza dowodów i deklaracji.
7. Walidacja prowadzona jest z zachowaniem rozdzielności procesu szkolenia od procesu walidacji.

## Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 25

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 25 Moduł 1: Fundamenty strategii marki	Zajęcia	MICHAŁ LUBASZEWSKI	21-08-2026	09:00	10:00	01:00

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>2 z 25</b> Moduł 2: Opracowanie strategii marki i odbiorcy - opis firmy i analiza rynku	Zajęcia	MICHAŁ LUBASZEWSKI	21-08-2026	10:00	11:00	01:00
<b>3 z 25</b> -	Przerwa	-	21-08-2026	11:00	11:15	00:15
<b>4 z 25</b> Moduł 2: Opracowanie strategii marki i odbiorcy - SWOT, USP i Buyer Persona	Zajęcia	MICHAŁ LUBASZEWSKI	21-08-2026	11:15	12:45	01:30
<b>5 z 25</b> -	Przerwa	-	21-08-2026	12:45	13:15	00:30
<b>6 z 25</b> Moduł 3: Opracowanie oferty i ekosystemu sprzedażowego - oferta i lead magnet	Zajęcia	MICHAŁ LUBASZEWSKI	21-08-2026	13:15	14:45	01:30
<b>7 z 25</b> -	Przerwa	-	21-08-2026	14:45	15:00	00:15
<b>8 z 25</b> Moduł 3: Opracowanie oferty i ekosystemu sprzedażowego - lejek sprzedażowy i landing page	Zajęcia	MICHAŁ LUBASZEWSKI	21-08-2026	15:00	17:00	02:00
<b>9 z 25</b> Moduł 4: Zaspokajanie popytu i ekosystem Google Ads	Zajęcia	MICHAŁ LUBASZEWSKI	22-08-2026	09:00	10:00	01:00

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>10 z 25</b> Moduł 5: Projektowanie i uruchamianie kampanii Google Ads z wykorzystaniem AI - przygotowanie kampanii	Zajęcia	MICHAŁ LUBASZEWSKI	22-08-2026	10:00	11:00	01:00
<b>11 z 25</b> -	Przerwa	-	22-08-2026	11:00	11:15	00:15
<b>12 z 25</b> Moduł 5: Projektowanie i uruchamianie kampanii Google Ads z wykorzystaniem AI - słowa kluczowe, nagłówki i opisy	Zajęcia	MICHAŁ LUBASZEWSKI	22-08-2026	11:15	12:45	01:30
<b>13 z 25</b> -	Przerwa	-	22-08-2026	12:45	13:15	00:30
<b>14 z 25</b> Moduł 5: Projektowanie i uruchamianie kampanii Google Ads z wykorzystaniem AI - optymalizacja, skalowanie i analityka	Zajęcia	MICHAŁ LUBASZEWSKI	22-08-2026	13:15	14:45	01:30
<b>15 z 25</b> -	Przerwa	-	22-08-2026	14:45	15:00	00:15
<b>16 z 25</b> Moduł 6: Organiczne zaspokajanie popytu - SEO i Wizytówka Firmy w Google	Zajęcia	MICHAŁ LUBASZEWSKI	22-08-2026	15:00	17:00	02:00

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
17 z 25 Moduł 7: Generowanie popytu i ekosystem Meta Ads	Zajęcia	MICHAŁ LUBASZEWSKI	23-08-2026	09:00	10:00	01:00
18 z 25 Moduł 8: Projektowanie i uruchamianie kampanii Meta Ads z wykorzystaniem AI - targetowanie i struktura kampanii	Zajęcia	MICHAŁ LUBASZEWSKI	23-08-2026	10:00	11:00	01:00
19 z 25 -	Przerwa	-	23-08-2026	11:00	11:15	00:15
20 z 25 Moduł 8: Projektowanie i uruchamianie kampanii Meta Ads z wykorzystaniem AI - teksty reklamowe i kreacje z AI	Zajęcia	MICHAŁ LUBASZEWSKI	23-08-2026	11:15	12:45	01:30
21 z 25 -	Przerwa	-	23-08-2026	12:45	13:15	00:30
22 z 25 Moduł 8: Projektowanie i uruchamianie kampanii Meta Ads z wykorzystaniem AI - uruchamianie, optymalizacja i skalowanie kampanii	Zajęcia	MICHAŁ LUBASZEWSKI	23-08-2026	13:15	14:45	01:30
23 z 25 -	Przerwa	-	23-08-2026	14:45	15:00	00:15

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>24 z 25</b> Moduł 9: Organiczne social media - Facebook Fanpage i Instagram	Zajęcia	MICHAŁ LUBASZEWSKI	23-08-2026	15:00	16:30	01:30
<b>25 z 25</b> -	Walidacja	-	23-08-2026	16:30	17:00	00:30

## Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	24:00
w tym suma godzin zajęć	20:30
w tym suma godzin walidacji	00:30
w tym suma przerw	03:00
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	28:00

## Cennik

### Cennik

Rodzaj ceny	Cena
<b>Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto</b>	5 280,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT	
<b>Koszt przypadający na 1 uczestnika netto</b>	5 280,00 PLN
<b>Koszt osobogodziny brutto</b>	220,00 PLN
<b>Koszt osobogodziny netto</b>	220,00 PLN

## Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
---------------	---------------

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

### MICHAŁ LUBASZEWSKI

Michał Lubaszewski - Ekspert marketingu cyfrowego z ponad 11 letnim doświadczeniem, właściciel firmy szkoleniowej (od 2016 r.) i twórca platformy Kurs.Marketing. W latach 2020–2025 przeszkolił ponad 34 tys. uczestników w szkoleniach online i mentoringu. W okresie 2022–2025 jako konsultant MŚP realizował audyty i wdrożenia strategii marketingowych, optymalizował budżety Google/Meta Ads oraz wdrażał analitykę (GA4). Specjalizuje się w Performance Marketingu (Google Ads, Meta Ads), analityce (GTM, GA4), technicznym SEO i automatyzacji z wykorzystaniem AI. W latach 2024–2025 ukończył szkolenia/certyfikacje: Meta Ads (2024), Google Ads (2024), Google Analytics 4 (2024), Google Tag Manager (2025). Od marca 2025 r. współpracuje z agencją w obszarze szkoleń i doradztwa.

Osoba prowadząca usługę ma kwalifikacje i doświadczenie zgodne z tematyką usługi zdobyte w ostatnich 5 latach przed publikacją usługi.

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Dostęp do interaktywnego narzędzia "Dokument Strategii Marketingowej 2.0" na platformie dostawcy usługi.

Drukowane materiały szkoleniowe (zeszyt ćwiczeń/workbook).

### Informacje dodatkowe

Dostawca usługi zapewnia dostępność usługi każdemu zainteresowanemu uczestnikowi ze szczególnymi potrzebami zgodnie ze Standardem dostępności dla polityki spójności 2021-2027.

W przypadku potrzeby zapewnienia specjalnych udogodnień, przed zapisem na usługę, prosimy o kontakt.

Zwolnienie z VAT dla usług dofinansowanych co najmniej 70% następuje na podstawie § 3 ust. 1 pkt. 14 Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20.12.2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień (Dz. U. z 2013r. Nr 73, poz. 1722).

**Zawarto umowę z Wojewódzki Urząd Pracy w Szczecinie na świadczenie usług rozwojowych z wykorzystaniem elektronicznych bonów szkoleniowych w ramach projektu Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe.**

## Adres

ul. Niemierzyńska 17a

71-441 Szczecin

woj. zachodniopomorskie

TECHNOPARK POMERANIA

# Kontakt



**TOMASZ NASIŁOWSKI**

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

**Telefon** (+48) 605 215 500