



Ernabo Adrian Flak



## Szkolenie pod nazwą „E-commerce - gdzie sprzedawać i jak założyć sklep internetowy”.

Numer usługi 2024/06/12/22948/2180121

zdalna w czasie rzeczywistym

Usługa szkoleniowa

32 h

29.07.2024 do 31.10.2024

4 800,00 PLN brutto

4 800,00 PLN netto

150,00 PLN brutto/h

150,00 PLN netto/h

## Informacje podstawowe

Kategoria	Informatyka i telekomunikacja / Internet
Sposób dofinansowania	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Szkolenie skierowane jest dla wszystkich, którzy chcą uzyskać informacje jak sprzedawać przez platformy internetowe i jak utworzyć sklep internetowy. Branża e-commerce prężnie się rozwija a pracodawcy angażują coraz więcej stanowisk do pracy w handlu internetowym, realizacji bloga, vloga czy innych materiałów społecznościowych a czasem nawet do przenoszenia biznesu do sieci. Tak więc usługa skierowana jest również do wszystkich osób funkcjonujących w Internecie lub również takich którzy, dopiero planują się tam znaleźć. Dla osób, które dodają treści na: stronach www, blogach portalach informacyjnych, vlogach, mediach społecznościowych czy sklepach internetowych.
Minimalna liczba uczestników	2
Maksymalna liczba uczestników	8
Data zakończenia rekrutacji	28-07-2024
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	32
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

Dzięki lepszemu zrozumieniu funkcjonowania sklepów internetowych i tworzenia stron własnych sklepów. Uczestnicy szkolenia będą mogli samodzielnie zrealizować większość zadań na swojej witrynie czy na stronie pracodawcy, bądź skoordynować pracę zespołu.

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

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Tworzenie stron sklepów internetowych. Dostarczanie rozwiązań w zakresie obsługi platform sprzedażowych i integracji.	Uczestnik samodzielnie tworzy stronę sklepu internetowego. Opisuje trendy, wyzwania i możliwości platform sprzedażowych i ich integracji.	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Wykorzystywanie nabytej wiedzy w zakresie definicji. Dobieranie domeny w Polsce i innych krajach.	Uczestnik charakteryzuje podstawowe zasady optymalizowania strony internetowej. Monitoruje działania marketingowe firmy i wpływa na poprawę jakości tych działań.	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Wykorzystywanie narzędzi do optymalizacji. Dobieranie słów kluczowych do pozycjonowania.	Uczestnik usprawnia działanie strony, dopasowuje treści na stronie internetowej w taki sposób, aby skutecznie dotrzeć do klienta. Dodaje treści do stron www i sklepów internetowych w taki sposób aby przynosiły one wartość w postaci wyższych pozycji na dane słowa kluczowe.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych

# Kwalifikacje

## Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

### Warunki uznania kompetencji

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

Tak, dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji zawiera 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

-> W celu skutecznego uczestnictwa w szkoleniu wymagana jest podstawowa umiejętność obsługi komputera.

-> Za 1 godzinę usługi szkoleniowej uznaje się godzinę dydaktyczną tj. lekcijną (45 minut).

-> Ilość przerw oraz długość ich trwania zostanie dostosowana indywidualnie do potrzeb uczestników szkolenia. Zaznacza się jednak, że łączna długość przerw podczas szkolenia nie będzie dłuższa aniżeli zawarta w harmonogramie tj. 25 minut przerwy na jeden dzień szkoleniowy.

## I CZĘŚĆ

### I. Wybór motywu, modyfikacja i personalizacja.

- Na przykładzie motywów zainstalowanych razem z Wordpress'em.
- Na przykładzie motywów zawierających wizualny pagebuilder.

### II. Pagebuilder – zasady działania.

- Layout strony w edytorze wizualnym – sekcje, kolumny i odstępy.
- Omówienie elementów.
- Konfiguracja elementów.
- Układ, kopiowanie, powielanie, przenoszenie i usuwanie.

### III. Wtyczki

- Instalacja.
- Personalizacja.
- Najpopularniejsze wtyczki – niezbędnik webmastera.

### IV. Zmiana wyglądu strony.

- Używanie ustawień szablonów.
- Używanie zdjęć w nagłówkach.
- Tworzenie nawigacji.
- Zmiana strony pomiędzy blogiem a stroną statyczną.
- Instalacja szablonów z repozytorium Wordpress'a.
- Instalacja szablonów za pomocą FTP.
- Responsywność strony.
- Tworzenie formularzy kontaktowych.
- Tworzenie map.
- Animacje elementów i warstwy.
- Używanie video na stronie (Youtube, Vimeo i własny hosting).

### V. Analiza stron

- Aktualizacja systemu i rozszerzeń.
- Bezpieczeństwo systemu.
- Wdrożenia nowych funkcjonalności i rozszerzeń.
- Proste zmiany w kodzie.
- Struktura i budowa systemu WordPress.

## II CZĘŚĆ

### I. Wprowadzenie - marketing internetowy

- Marketing internetowy - jak i gdzie szukać miejsc do wypromowania swojej firmy
- Budowa marki - pomysł i grupa docelowa
- Strategia marketingowa celem wypromowania produktu lub usługi w Internecie

## **II. Kampanie - analiza i audyt**

- Analiza dotychczasowych kampanii reklamowych i sprzedażowych
- Analiza działań marketingowych w Internecie
- Analiza konkurencji
- Określenie grupy docelowej
- Określenie celów marketingowych i sprzedażowych
- Przygotowanie raportu

## **III. Kampania Google Ads**

- Przedstawienie możliwości systemu reklamowego (konwersje, słowa kluczowe, remarketing)
- Optymalizacja dotychczasowych rozwiązań i budżetu
- Konfiguracja nowych rozwiązań i budżetu
- Wdrożenie nowej reklamy

## **IV. Kampania na stronach sprzedażowych**

- Przedstawienie możliwości (landing page, squeeze page, sales page, lead magnet, sales funnel, microsite)
- Optymalizacja dotychczasowych rozwiązań i budżetu
- Konfiguracja nowych rozwiązań i budżetu
- Wdrożenie nowej reklamy

## **V. Przyszłość - czyli kierunek w jakim zmierza marketing internetowy**

- Nowinki, ciekawostki, trendy
- Prognozowane zmiany

## **III CZĘŚĆ**

### **I. Wprowadzenie**

- Pojęcie wyszukiwarki internetowej, przykłady, sposób działania, historia
- Dobór słów kluczowych oraz ich znaczenie
- Algorytmy w wyszukiwarkach internetowych
- Różnice pomiędzy pojęciem pozycjonowania a optymalizacji
- Techniki on-site i off-site

### **II. Podstawy**

- Indeksacja
- Błędy i przekierowania
- Wyszukiwarki internetowe - jak korzystać by znaleźć jak najlepiej dopasowany wynik do naszych oczekiwań

### **III. Słowa kluczowe**

- Sposoby na znalezienie najlepszych słów kluczowych
- Budżet i strategia
- Narzędzia do wyszukiwania słów kluczowych
- Rodzaje słów kluczowych
- Słowa kluczowe w treści i w domenie - czy to jeszcze działa?
- Badanie konkurencji

### **IV. Domena**

- Jak dobierać domeny w zależności od słowa kluczowego i branży
- Dobór domen w Polsce i w innych krajach
- Co jest lepsze? Domena z końcówką krajową czy podstrona krajowa
- Gdzie znaleźć dobre domeny
- Gdzie utrzymywać domeny

### **V. Optymalizacja**

- Optymalizacja i dobór rozwiązań serwerowych
- Optymalizacja treści
- Optymalizacja obrazów
- Optymalizacja kodu

- Optymalizacja bazy danych
- Optymalizacja zapytań
- Optymalizacja pod treść, mapy, wiadomości, grafikę, wideo od Google
- Cache
- UX oraz urządzenia mobilne
- Narzędzia wykorzystywane do optymalizacji

## **VI. Pozycjonowanie**

- Meta tagi
- Przydatne znaczniki
- Hiperłącza
- Adresy URL
- Adresy kanoniczne
- W3C
- Linkowanie wewnętrzne
- Linkowanie zewnętrzne
- Wyszukiwanie głosowe
- Mapa witryny
- Fasety, sidebary, breadcrumbs, nawigacje, strony kategorii

## **VII. Badanie zachowania użytkowników**

- Wpływ zachowania użytkownika na wyniki w wyszukiwarce internetowej
- Narzędzia do badania i monitorowania zachowania

## **VIII. Ogólnodostępne skrypty, przydatne moduły i czy warto je wybierać?**

- WordPress
- Drupal
- Prestashop
- Magento

## **IX. Niebezpieczeństwa**

- Bany i filtry od Google
- Nieuczciwe firmy
- Sprzedaż linków
- Hostingi pod SEO - czy bezpieczne?
- Duplikacja treści
- SWL

## **X. Automatyzacja zadań**

- Synonimizacja
- Automatyzacja procesów linkowania

## **XI. Własne zaplecze, pressel pages, katalogi, fora, komentarze - czy warto inwestować w to swój czas i pieniądze?**

- Zaplecze
- Pressel Pages
- Katalogi stron
- Księgi gości
- Fora
- Komentarze
- Inne skrypty

## **XII. Social media jak źródło użytkowników i linkowania - implementacja, linkowanie, budowa społeczności**

- Facebook
- Twitter
- Instagram
- Pinterest
- Inne

## **Egzamin podsumowujący.**

# Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 0

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
Brak wyników.					

## Cennik

### Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	4 800,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	4 800,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	150,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	150,00 PLN

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

### Adrian Flak

Adrian Flak: kontakt@adrianflak.pl

Ukończył studia wyższe I i II stopnia na kierunku Informatyka. Praktyk i szkoleniowiec z zakresu E-commerce, SEO, SEM oraz programowania. Przeprowadził wiele szkoleń dotyczących nowoczesnych technik sprzedażowych w Internecie oraz programowania. Ukończył kursy ORACLE związane z JEE7 czy SQL. Zrealizował wiele projektów E-commerce oraz pracował na stanowiskach związanych z tą branżą.

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Każdy z uczestników otrzyma tematyczne materiały dydaktyczne w postaci skryptów oraz prezentacji w formie pdf, przesłanych na adres e-mail, najpóźniej w dniu rozpoczęcia szkolenia.

## Warunki uczestnictwa

Warunkiem uzyskania certyfikatu potwierdzającego zdobyte kwalifikacje jest przystąpienie do egzaminu certyfikującego. Na egzamin uczestnik nie musi dokonywać osobnego zapisu.

**Po zakończeniu szkolenia każdy z uczestników dostaje zaświadczenie o ukończeniu szkolenia, z zastrzeżeniem obecności w co najmniej 80% godzin szkolenia.**

Nazwa podmiotu prowadzącego walidację oraz podmiotu certyfikującego: *ERNABO Adrian Flak*.

## Warunki techniczne

**Wymagania techniczne:** Komputer podłączony do Internetu z prędkością łącza od 512 KB/sek.

**Minimalne wymagania sprzętowe, jakie musi spełniać komputer Uczestnika lub inne urządzenie do zdalnej komunikacji oraz niezbędne oprogramowanie umożliwiające Uczestnikom dostęp do prezentowanych treści i materiałów**

- system operacyjny Windows 7/8/10 lub Mac OS X
- pakiet Microsoft Office, Libre Office, Open Office

**Minimalne wymagania dotyczące parametrów łącza sieciowego, jakim musi dysponować Uczestnik** - minimalna prędkość łącza: 512KB/sek

Platforma, na której zostanie przeprowadzone szkolenie to [clickmeeting.com](https://clickmeeting.com).

Okres ważności linku: 1h przed rozpoczęciem szkolenia w pierwszym dniu do ostatniej godziny w dniu zakończenia.

## Kontakt



**Agata Flak**

**E-mail** [kontakt@dofinansowanekursy.pl](mailto:kontakt@dofinansowanekursy.pl)

**Telefon** (+48) 530 642 270