



DIGITAL BRAND  
MAGDALENA  
GŁOMSKA



**Szkolenie Marketing internetowy:  
Facebook, Instagram/Threads oraz TikTok  
z elementami AI. Videomarketing - rolki.  
Canva. System reklamowy Meta Advance.  
E-COMMERCE + SEO -optymalizacja pod  
wyszukiwarki. 6 dni [Kierunek-Rozwój,  
Małopolski pociąg do kariery, Bony  
Rozwojowe]**

Numer usługi 2025/01/07/118911/2488047

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 48 h

📅 07.04.2025 do 18.04.2025

4 320,00 PLN brutto  
4 320,00 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 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>• Wspecjalizowanych 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
<b>Data zakończenia rekrutacji</b>	04-04-2025
<b>Forma prowadzenia usługi</b>	zdalna w czasie rzeczywistym
<b>Liczba godzin usługi</b>	48
<b>Podstawa uzyskania wpisu do BUR</b>	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

# Cel

## Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje do samodzielnego budowania wizerunku marki oraz zwiększania sprzedaży w sieci za pomocą narzędzi marketingowych takich jak Facebook, Instagram, TikTok oraz do wykorzystania różnych metod promocji firmy w sieci, za pomocą zarówno płatnych form reklamy jak i narzędzi bezpłatnych. Usługa przygotowuje do samodzielnego budowania widoczności w sieci za pomocą SEO oraz jej optymalizacji pod wyszukiwarki.

## 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
Używa sztucznej inteligencji (AI) w kontekście SEO	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
Tworzy krótki i długie filmy bezpośrednio z aplikacji Instagram i TikTok	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 najważniejsze narzędzia na Facebooku i Instagramie w celu dostosowania ich do potrzeb i identyfikacji firmy	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 rozdzielanie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?**

tak dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielanie 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: 38h

Liczba godzin teoretycznych: 10h

## I DZIEŃ

### 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
- Przykłady dobrych profili na Facebooku
- 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 z wykorzystaniem narzędzi Facebooka
- 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 kolorystki 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
  - Jakże 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
- Jak zwiększyć 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
- Post na dzień dobry
- Posty reklamowe na stronie

##### **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?
- Statystki 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 animacje
- 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 Blok – Nasz własny sklep internetowy – dobre praktyki na 2025 rok -teoria**

- Przegląd platform sklepowych: WooCommerce, PrestaShop, Magento itp.
- Szata graficzna sklepu oraz pozytywne doświadczenie użytkownika (User eXperience)
- Z czego składa się dobry sklep internetowy: kategoria, produkt, checkout, mail
- Jak zaprojektować i zoptymalizować skuteczną stronę produktową?
- Jak wykorzystać sztuczną inteligencję do tworzenia chwytliwych opisów?
- Audyt stron sprzedażowych

### **II Blok – Customer journey map w praktyce – identyfikacja touchpointów i projektowanie ścieżki zakupowej klienta - teoria+ praktyka**

- Strategia STP – segmentacja, targetowanie i pozycjonowanie online w praktyce
- Jak identyfikować punkty styku (touchpoints) dla wybranego produktu/usługi?
- Customer journey online – jak projektować mapę podróży klienta?
- Strategia ustalania cen, modele płatności
- Modele wysyłki, magazyn, logistyka i śledzenie przesyłek
- Porzucone koszyki – przyczyny i metody ich ratowania
- Automatyzacja procesów pozakupowych z wykorzystaniem sztucznej inteligencji

### **III Blok – Planowanie kampanii sprzedażowych online – działania direct response i generowanie leadów w praktyce**

- Generowanie leadów – jak pozyskiwać kontakty handlowe w internecie?
- Planowanie kampanii reklamowych – wybór źródeł pozyskiwania leadów
- Reklama w wyszukiwarkach cenowych - Google Ads
- Jak skłaniać potencjalnych klientów do pozostawienia danych teleadresowych wraz ze zgodą na kontakt handlowy i marketingowy?



- Jak budować bazę odbiorców – e-mail, SMS, dane z Social Media?

#### **IV Blok - Przedstawienie i omówienie najważniejszych czynników wpływających na pozycję - teoria + praktyka**

- Najważniejsze czynniki wpływające na pozycje w Google – wstęp
- Przedstawienie i omówienie najważniejszych czynników wpływających na pozycję
- Jak wpływać na pozycję w Google? – czynniki wewnętrzne
- Optymalna budowa adresów stron oraz linki
- Sekcja head
- Kod strony i jego wpływ na pozycję
- Optymalna budowa strony pod wyszukiwarkę Google
- Linkowanie wewnętrzne

#### **VI DZIEŃ**

##### **V Blok – czynniki wpływające na pozycje w Google-teoria - rozmowa na żywo**

- Działanie wyszukiwarki – wpływ sztucznej inteligencji na wyniki: personalizacja i hiper-personalizacja
- Roboty, wyszukiwarki, data center, boty AI
- Jak Google widzi Twoją stronę?
- Google PageRank – obecna wartość wskaźnika
- Google Insights – test wydajności strony
- Google Search Console – pozycja w wyszukiwarce
- Google Analytics – weryfikacja naszych strategii
- Dobór i analiza słów kluczowych
- Jak szukać odpowiednich słów kluczowych?
- Konkurencyjność fraz / na co pozycjonuje się konkurencja?
- Przegląd najlepszych narzędzi doboru fraz

##### **VI Blok – SEO Copywriting: warsztaty oraz link building - rozmowa na żywo**

- SEO Copywriting – jak pisać teksty przyjazne wyszukiwarkom?
- **Pisanie tekstów z wykorzystaniem słów kluczowych i AI**
- **Sprawdzanie statusów „Ai generated” vs „Human writing”**
- Jak uniknąć przeoptimalizowania witryny?
- Jak wpływać na pozycję w Google? – czynniki zewnętrzne
- Rodzaje linków, metody pozyskiwania linków (link building)
- W jaki sposób poprawnie linkować?
- Local SEO – coraz większe znaczenie
- Pozycjonowanie w wynikach lokalnych i mapach
- Elementy optymalizowane w mapach

##### **VII Blok – narzędzia SEO, raporty SEO - teoria**

- Profesjonalna analiza stron za pomocą narzędzi jak:

- Ahrefs – z wykorzystaniem AI
- MOZ, Semrush, Senuto
- Analiza konkurencji
- Automatyczne raporty SEO

### Blok VIII – zaplecza i przyszłość SEO - praktyka

- Wszystko o zapleczach SEO
- Znaczenie hostingu w budowie

### Post-test w ramach walidacji

# Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 38

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>1 z 38</b> Przeprowadzenie testu wiedzy (pre-test w ramach walidacji)	-	07-04-2025	08:30	08:45	00:15
<b>2 z 38</b> I Blok - Charakterystyka nowoczesnych narzędzi cyfrowych w budowaniu marketingu mix - teoria-rozmowa na żywo	Magdalena Głomska	07-04-2025	08:45	10:00	01:15
<b>3 z 38</b> Przerwa 30 min	Magdalena Głomska	07-04-2025	10:00	10:30	00:30
<b>4 z 38</b> II Blok - Content marketing – jak pisać by nas czytali, jak zaangażować odbiorców pod postem, komunikacja z odbiorcami i język korzyści. teoria+praktyka	Magdalena Głomska	07-04-2025	10:30	12:00	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
5 z 38 Przerwa 15 min	Magdalena Głomska	07-04-2025	12:00	12:15	00:15
6 z 38 III Blok - Charakterystyka zasad skutecznej komunikacji z wykorzystaniem mediów społecznościowych przy wykorzystaniu programu Canva - omówienie programu - teoria- rozmowa na żywo	Magdalena Głomska	07-04-2025	12:15	13:45	01:30
7 z 38 IV Blok - Praca w programie Canva - forma statyczna i dynamiczna- praktyka- ćwiczenia	Magdalena Głomska	07-04-2025	13:45	15:15	01:30
8 z 38 I Blok - Narzędzia marketingu internetowego w budowaniu marketingu mix – konfiguracja Business Menedżera - teoria+ praktyka- rozmowa na żywo, ćwiczenia	Magdalena Głomska	08-04-2025	08:30	10:00	01:30
9 z 38 Przerwa 30 min	Magdalena Głomska	08-04-2025	10:00	10:30	00:30
10 z 38 II Blok - Business Menedżer – grupy odbiorców (Audience Insights) - teoria+ praktyka ćwiczenia, rozmowa na żywo	Magdalena Głomska	08-04-2025	10:30	12:00	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>11 z 38</b> Przerwa 15 min	Magdalena Głomska	08-04-2025	12:00	12:15	00:15
<b>12 z 38</b> III Blok - Menedżer reklam - Konto reklamowe czyli jak pozyskiwać klientów na FB, cele reklamowe - teoria+ praktyka ćwiczenia	Magdalena Głomska	08-04-2025	12:15	13:45	01:30
<b>13 z 38</b> IV Blok - Tworzenie reklam - Teksty i formaty reklamowe - praktyka	Magdalena Głomska	08-04-2025	13:45	15:15	01:30
<b>14 z 38</b> I Blok – Eksperckie Sztuczki Instagrama i Threads- teoria+praktyka- rozmowa na żywo, ćwiczenia	Paulina Łuczak	14-04-2025	08:30	10:00	01:30
<b>15 z 38</b> Przerwa 30 min	Paulina Łuczak	14-04-2025	10:00	10:30	00:30
<b>16 z 38</b> II Blok – Zwiększanie wizerunku na Instagramie- teoria- rozmowa na żywo	Paulina Łuczak	14-04-2025	10:30	12:00	01:30
<b>17 z 38</b> Przerwa 15 min	Paulina Łuczak	14-04-2025	12:00	12:15	00:15
<b>18 z 38</b> III Blok – Instagram rolki – tworzymy efektowne nagrania bezpośrednio z aplikacji - praktyka, ćwiczenia	Paulina Łuczak	14-04-2025	12:15	13:45	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>19 z 38</b> IV blok – Threads- Rozszerzenie aplikacji Instagrama- teoria+ praktyka- rozmowa na żywo, ćwiczenia	Paulina Łuczak	14-04-2025	13:45	15:15	01:30
<b>20 z 38</b> BLOK1 - Dlaczego TikTok? – teoria- rozmowa na żywo	Paulina Łuczak	15-04-2025	08:30	10:00	01:30
<b>21 z 38</b> Przerwa 30 min	Paulina Łuczak	15-04-2025	10:00	10:30	00:30
<b>22 z 38</b> BLOK 2 – TikTok rolki - stworzymy efektowne nagrania bezpośrednio z aplikacji – praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia.	Paulina Łuczak	15-04-2025	10:30	12:00	01:30
<b>23 z 38</b> Przerwa 15 min	Paulina Łuczak	15-04-2025	12:00	12:15	00:15
<b>24 z 38</b> BLOK 3 – CapCut – aplikacja do tworzenia rolek - praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia.	Paulina Łuczak	15-04-2025	12:15	13:45	01:30
<b>25 z 38</b> BLOK 4 - CapCut i VN– zaawansowane funkcje - praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia.	Paulina Łuczak	15-04-2025	13:45	15:15	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>26 z 38</b> Blok I – Nasz własny sklep internetowy – dobre praktyki na 2024 rok.- teoria- rozmowa na żywo	Krzysztof Bernardyn	17-04-2025	08:30	10:00	01:30
<b>27 z 38</b> Przerwa 30 min	Krzysztof Bernardyn	17-04-2025	10:00	10:30	00:30
<b>28 z 38</b> Blok II – Customer journey map w praktyce – identyfikacja touchpointów i projektowanie ścieżki zakupowej klienta-teoria+ praktyka- rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Krzysztof Bernardyn	17-04-2025	10:30	12:00	01:30
<b>29 z 38</b> Przerwa 15 min	Krzysztof Bernardyn	17-04-2025	12:00	12:15	00:15
<b>30 z 38</b> Blok III – Planowanie kampanii sprzedażowych online – działania direct response i generowanie leadów w praktyce.- praktyka- ćwiczenia	Krzysztof Bernardyn	17-04-2025	12:15	13:45	01:30
<b>31 z 38</b> Blok IV - Przedstawienie i omówienie najważniejszych czynników wpływających na pozycję- teoria+praktyka- rozmowa na żywo	Krzysztof Bernardyn	17-04-2025	13:45	15:15	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>32 z 38</b> Blok V – czynniki wpływające na pozycje w Google-teoria - rozmowa na żywo	Krzysztof Bernardyn	18-04-2025	08:30	10:00	01:30
<b>33 z 38</b> Przerwa 30 min	Krzysztof Bernardyn	18-04-2025	10:00	10:30	00:30
<b>34 z 38</b> Blok VI – SEO Copywriting: warsztaty oraz link building-teoria- rozmowa na żywo	Krzysztof Bernardyn	18-04-2025	10:30	12:00	01:30
<b>35 z 38</b> Przerwa 15 min	Krzysztof Bernardyn	18-04-2025	12:00	12:15	00:15
<b>36 z 38</b> Blok VII – narzędzia SEO, raporty SEO-teoria-rozmowa na żywo	Krzysztof Bernardyn	18-04-2025	12:15	13:45	01:30
<b>37 z 38</b> Blok VIII – zaplecza i przyszłość SEO-praktyka-ćwiczenia	Krzysztof Bernardyn	18-04-2025	13:45	15:00	01:15
<b>38 z 38</b> Przeprowadzenie testu wiedzy (post-test w ramach walidacji).	-	18-04-2025	15:00	15:15	00:15

## Cennik

### Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	4 320,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	4 320,00 PLN

---

Koszt osobogodziny brutto

90,00 PLN

---

Koszt osobogodziny netto

90,00 PLN

---

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 3



1 z 3

### 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.

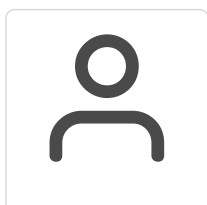
Od 5 lat jest właścicielem firmy i dyrektorem zarządzającym Agencji Marketingowej oraz Centrum Szkoleniowego „Digital Brand”, którą założyła bazując na własnym, praktycznym doświadczeniu marketingowo-sprzedażowym. Współpracuje z klientami różnych branż z całej Polski wspierając ich w potrzebnych dla 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.



2 z 3

### 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 i przeszkolił ponad 300 osób w ostatnich 5 lat – 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.



3 z 3

### 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.

## 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

- Zawarto umowę z WUP w Toruniu w ramach projektu Kierunek – Rozwój

#### 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
- 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

## 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