



SNH Magdalena
Kaźmierczak -
Polowczyk



Sztuczna Inteligencja w Marketingu czyli Nowe Narzędzia dla Efektywnych Strategii – szkolenie

Numer usługi 2024/04/22/15618/2130859

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 32 h

📅 04.06.2024 do 06.06.2024

5 250,00 PLN brutto

5 250,00 PLN netto

164,06 PLN brutto/h

164,06 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Sposób dofinansowania	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Właściciele firm, pracownicy działu marketingu i reklamy oraz pracownicy odpowiedzialni za pozyskiwanie klientów, którzy posiadają podstawową wiedzę i doświadczenie w zakresie działań marketingowych w przedsiębiorstwie
Minimalna liczba uczestników	5
Maksymalna liczba uczestników	15
Data zakończenia rekrutacji	03-06-2024
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	32
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Usługa pn. „Sztuczna Inteligencja w Marketingu czyli Nowe Narzędzia dla Efektywnych Strategii – szkolenie” przygotowuje do samodzielnego tworzenia strategii marketingowej z wykorzystaniem sztucznej inteligencji.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Rozumie rolę SI w kontekście działań marketingowych oraz omawia jej fundamenty	Definiuje SI i jej znaczenie dla dziedziny marketingu	Test teoretyczny
	Wymawia kluczowe obszary, w których SI odgrywa istotną rolę	Test teoretyczny
Analizuje dane oraz prognozuje trendy z wykorzystaniem SI	Wymienia narzędzia i techniki wykorzystywane do analizy danych	Test teoretyczny
	Wyjaśnia jak SI może prognozować trendy rynkowe i identyfikować sentyment wobec produktów	Test teoretyczny
	Prezentuje modele produkcyjne oparte na SI służące do analizy zachowań klientów	Test teoretyczny
	Wymienia podstawowe koncepcje związane z automatyzacją procesów	Test teoretyczny
Automatyzuje procesy marketingowe z wykorzystaniem SI	Wyjaśnia jak SI wspiera automatyzację kampanii	Test teoretyczny
	Przedstawia narzędzia i platformy wykorzystywane do automatyzacji kampanii	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, wydany certyfikat 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, certyfikat 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, suplement do certyfikatu potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji.

Program

Moduł 1 Wprowadzenie do Sztucznej Inteligencji w marketingu oraz personalizacja i targetowanie z wykorzystaniem SI

1. Wprowadzenie. Test wiedzy.
2. Zrozumienie roli Sztucznej Inteligencji (SI) w kontekście działań marketingowych.
3. Definicja SI i jej znaczenie dla dziedziny marketingu.
4. Kluczowe obszary, w których SI odgrywa istotną rolę w strategiach marketingowych.
5. Fundamenty Sztucznej Inteligencji.
6. Zapoznanie z podstawami SI istotnymi dla marketingu.
7. Maszynowe uczenie się (Machine Learning) - zasady, rodzaje algorytmów.
8. Analiza danych - zbieranie, czyszczenie, analiza i interpretacja danych w kontekście marketingu.
9. Algorytmy predykcyjne - jak działają i jak mogą być wykorzystane w prognozowaniu zachowań klientów.
10. Zastosowania SI w marketingu.
11. Przegląd nowoczesnych narzędzi i trendów wykorzystujących SI w marketingu.
12. Personalizacja marketingu - jak SI wspiera tworzenie spersonalizowanych kampanii.
13. Analiza sentymentu i przetwarzanie języka naturalnego - wykorzystanie SI do monitorowania opinii klientów.
14. Automatyzacja procesów marketingowych - jak SI wspomaga automatyzację działań marketingowych.
15. Praktyczne przykłady zastosowań SI w marketingu.
16. Zaprezentowanie konkretnych przykładów wykorzystania SI w realnych przypadkach marketingowych.
17. Studium przypadków - analiza konkretnych firm lub kampanii, w których SI odegrała kluczową rolę.
18. Demonstracja narzędzi - prezentacja działających aplikacji lub rozwiązań SI stosowanych w marketingu.
19. Wprowadzenie do Personalizacji w Marketingu.
20. Omówienie znaczenia personalizacji doświadczeń klientów w dzisiejszym świecie marketingu.
21. Przykłady wykorzystania personalizacji w różnych branżach.
22. Wykorzystanie SI do Segmentacji Rynku.
23. Prezentacja różnych metod i algorytmów SI używanych do segmentacji rynku.
24. Praktyczne przykłady zastosowania SI do identyfikacji grup docelowych.
25. Personalizacja Treści z Wykorzystaniem SI.
26. Omówienie technik wykorzystywanych w SI do personalizacji treści marketingowych.
27. Prezentacja narzędzi umożliwiających tworzenie spersonalizowanych treści.

Moduł 2 Analizowanie danych i prognozowanie trendów w marketingu

1. Warsztaty: Tworzenie Kampanii opartych na Personalizacji.
2. Analiza Danych i Prognozowanie Trendów z Wykorzystaniem Sztucznej Inteligencji.

3. Zaprezentowanie uczestnikom metod analizy danych i prognozowania trendów za pomocą sztucznej inteligencji w kontekście działań marketingowych.
4. Wprowadzenie do Analizy Danych z Wykorzystaniem SI.
5. Omówienie roli analizy danych w marketingu i wpływu SI na proces analizy.
6. Przedstawienie narzędzi i technik wykorzystywanych do analizy danych.
7. Prognozowanie Trendów i Identyfikacja Sentymentu.
8. Wyjaśnienie sposobów, w jakie SI może prognozować trendy rynkowe i identyfikować sentyment wobec produktów/marc.
9. Przykłady stosowania SI do analizy sentymentu w mediach społecznościowych.
10. Wykorzystanie SI do Predykcji Zachowań Klientów.
11. Prezentacja modeli predykcyjnych opartych na SI służących do analizy zachowań klientów.
12. Omówienie narzędzi SI do przewidywania preferencji klientów.
13. Analiza Danych i Prognozowanie Trendów.
14. Przedstawienie kilku studiów przypadków, w których SI została wykorzystana do analizy danych i prognozowania trendów w marketingu.
15. Omówienie rezultatów i wniosków z tych studiów przypadków.

Moduł 3 Automatyzacja procesów marketingowych z wykorzystaniem Sztucznej Inteligencji

1. Automatyzacja Procesów Marketingowych z Wykorzystaniem Sztucznej Inteligencji.
2. Wprowadzenie do Automatyzacji Procesów Marketingowych
3. Omówienie podstawowych koncepcji związanych z automatyzacją procesów w marketingu.
4. Przedstawienie korzyści wynikających z automatyzacji procesów.
5. Automatyzacja Kampanii Marketingowych.
6. Wyjaśnienie, jak SI może wspierać automatyzację kampanii e-mailowych, reklamowych i innych działań marketingowych.
7. Przedstawienie narzędzi i platform wykorzystywanych do automatyzacji kampanii.
8. Rozwiązania SI w Usprawnianiu Procesów Komunikacyjnych.
9. Omówienie sposobów wykorzystania SI do usprawnienia procesów komunikacyjnych z klientami.
10. Prezentacja narzędzi CRM i technik personalizacji komunikacji.
11. Praktyczne Case Studies: Implementacja Automatyzacji Marketingowej.
12. Prezentacja kilku studiów przypadków, gdzie SI została zastosowana do automatyzacji procesów marketingowych.
13. Omówienie wyników i wniosków z tych case studies.
14. Integracja Narzędzi SI z Istniejącymi Systemami Marketingowymi.
15. Omówienie wyzwań i korzyści związanych z integracją narzędzi SI z już istniejącymi systemami i strukturami marketingowymi.
16. Przedstawienie najlepszych praktyk i strategii integracyjnych.
17. Przyszłość SI w Marketingu: Prognozy Rozwoju Technologicznego
18. Analiza prognoz dotyczących rozwoju technologicznego i trendów związanych z SI w kontekście marketingu.
19. Prezentacja możliwości rozwoju technologicznego SI w najbliższych latach.
20. Szanse i wyzwania związane z wykorzystaniem SI w marketingu.
21. Panel dyskusyjny z udziałem ekspertów z dziedziny SI i marketingu.

22. Omówienie szans, wyzwań, możliwości oraz ograniczeń związanych z dalszym wykorzystaniem SI w marketingu.
23. Otwarta dyskusja z uczestnikami, podczas której będą mogli zadawać pytania i dzielić się swoimi spostrzeżeniami.
24. Walidacja efektów kształcenia.

Szkolenie prowadzone jest w godzinach dydaktycznych (1 godzina = 45min.)

W trakcie szkolenia są przewidziane 3 przerwy po 15 minut (przewidziane między 9 a 9:15, 11 a 11:15, 14 a 14:15)

Szkolenie zdalne w czasie rzeczywistym poprzez platformę ZOOM.US

Kurs przeprowadzany będzie w formie online, bez podziału na grupy. Uczestnicy mają możliwość korzystania zarówno z kamery jak i mikrofonu. Pytania można również zadawać za pomocą czatu.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 4

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 4 Moduł 1 Wprowadzenie do Sztucznej Inteligencji w marketingu oraz personalizacja i targetowanie z wykorzystaniem SI - rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Iwona Mieczysłńska	04-06-2024	08:00	16:00	08:00
2 z 4 Moduł 2 Analizowanie danych i prognozowanie trendów w marketingu. Rozmowa na żywo i współdzielenie ekranu.	Iwona Mieczysłńska	05-06-2024	08:00	16:00	08:00
3 z 4 Moduł 3 Automatyzacja procesów marketingowych z wykorzystaniem Sztucznej Inteligencji - Rozmowa na żywo i współdzielenie ekranu.	Iwona Mieczysłńska	06-06-2024	08:00	15:30	07:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
4 z 4 Walidacja - Wykonanie testu sprawdzającego	-	06-06-2024	15:30	16:00	00:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 250,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 250,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	164,06 PLN
Koszt osobogodziny netto	164,06 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Iwona Mieczysłńska

Iwona Mieczysłńska to specjalistka od nowych technologii, w tym sztucznej inteligencji, zarządzania, komunikacji społecznej i rozwoju osobistego. Doświadczony wykładowca na Wyższej Szkole Bezpieczeństwa od 01.09.2021, dzieli się wiedzą ze studentami oraz aktywnie uczestniczy w badaniach naukowych. Od 01.10.2021 do 30.04.2022 pełniła funkcję Kierownika Promocji rozwijała skuteczne metodyki działań promocyjnych, nawiązywała strategiczne relacje i koordynowała zadania wynikające z umów. Od 01.04.2022 do 30.09.2022 jako Kierownik Edukacji Ustawicznej, p. Iwona zarządzała rekrutacją, promocją i planami studiów podyplomowych. Następnie, od 01.10.2022 do 31.12.2023 w roli Kierownika Promocji i Kontaktów z Otoczeniem, angażowała się w rozwijanie promocji Wydziału Studiów Społecznych, prowadziła różnorodne kursy, szkolenia i warsztaty, a także analizuje trendy rynkowe. Od 04.04.2019 jest trenerką i coachem w Akademii Rozwoju IM, kieruje zespołem trenerów, a jej szkolenia obejmują obszary takie jak marketing, nowe technologie (w tym sztuczna inteligencja), efektywność osobista, zarządzanie zmianą i kompetencje miękkie. W latach 2018-2023 prowadziła działalność społeczną była koordynatorem, animatorem w Centrum Inicjatyw Lokalnych w Piątkowie oraz Tutorem w Akademii Przyszłości - Stowarzyszenia Wiosna.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnik otrzyma w wiadomości e-mail skrypt szkoleniowy.

Warunki techniczne

a) usługa będzie prowadzona za pośrednictwem platformy zoom.us

b) minimalne wymagania sprzętowe: komputer stacjonarny/laptop, kamera wbudowana/na USB, mikrofon, słuchawki/ głośniki Processor and RAM requirements Minimum Processor Single Core 1Ghz or Higher RAM 2GB Recommended Dual Core 2Ghz or Higher (i3/i5/i7 or AMD equivalent) RAM 4GB Przewodowy lub bezprzewodowy (3G or 4G/LTE). Minimum bandwidth is 600kbps (up/down) and recommended is 1.5 Mbps

c) minimalne wymagania dotyczące łącza sieciowego: minimum 70 kb/s downloadu

d) niezbędne oprogramowanie: minimum Windows XP/MacOS High Sierra, przeglądarka internetowa (marka nie ma znaczenia)

e) okres ważności linku do zakończenia szkolenia (wg harmonogramu)

Kontakt



Magdalena Kaźmierczak-Polowczyk

E-mail mmagdakazmierczak@gmail.com

Telefon (+48) 887 038 880