



Fundacja Rozwoju  
Inteligentnych  
Specjalizacji

★★★★★ 5,0 / 5  
2 356 ocen

## Marketing przyszłości: budowanie strategii w erze sztucznej inteligencji

Numer usługi 2025/08/21/50129/2951565

📍 zdalna w czasie rzeczywistym  
🏠 Usługa szkoleniowa  
🕒 22 h  
📅 08.09.2025 do 18.09.2025

3 638,00 PLN brutto  
3 638,00 PLN netto  
165,36 PLN brutto/h  
165,36 PLN netto/h

## Informacje podstawowe

|                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|---------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Kategoria                       | Biznes / Marketing                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Grupa docelowa usługi           | Grupę docelową szkolenia „Marketing przyszłości: budowanie strategii w erze sztucznej inteligencji” stanowią wszystkie osoby zainteresowane wykorzystaniem nowoczesnych technologii w marketingu, niezależnie od zajmowanego stanowiska, branży czy doświadczenia zawodowego. W szkoleniu mogą wziąć udział zarówno właściciele firm i kadra zarządzająca, jak i specjaliści, freelancerzy, studenci oraz osoby planujące przebranżowienie. Program jest dostosowany do potrzeb zarówno osób z doświadczeniem, jak i początkujących, a udział nie wymaga wcześniejszej wiedzy technicznej – wystarczy otwartość na innowacje i chęć zdobycia praktycznych umiejętności w zakresie strategii marketingowej opartej na sztucznej inteligencji. |
| Minimalna liczba uczestników    | 2                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Maksymalna liczba uczestników   | 16                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Data zakończenia rekrutacji     | 07-09-2025                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Forma prowadzenia usługi        | zdalna w czasie rzeczywistym                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Liczba godzin usługi            | 22                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Podstawa uzyskania wpisu do BUR | Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |

## Cel

### Cel edukacyjny

Wyposażenie uczestników w wiedzę i umiejętności niezbędne do tworzenia nowoczesnych strategii marketingowych opartych na wykorzystaniu technologii sztucznej inteligencji. Szkolenie ma na celu zwiększenie kompetencji decyzyjnych w zakresie wdrażania narzędzi AI w obszarze, analityki danych, automatyzacji procesów marketingowych oraz personalizacji oferty. Uczestnicy nauczą się, jak skutecznie łączyć rozwiązania cyfrowe z celami biznesowymi, aby zwiększyć efektywność marketingu.

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

| Efekty uczenia się                                                                                                    | Kryteria weryfikacji                                                                                         | Metoda walidacji |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| Uczestnik charakteryzuje kluczowe trendy wpływające na transformację marketingu w gospodarce cyfrowej.                | Uczestnik wskazuje zmiany technologiczne, społeczne lub środowiskowe wpływające na strategie marketingowe.   | Test teoretyczny |
|                                                                                                                       | Uczestnik przedstawia różnicę między tradycyjną a współczesną rolą marketingu w strukturze firmy.            | Test teoretyczny |
| Uczestnik rozpoznaje elementy strategii marketingowej prowadzące do wyróżnienia firmy na tle konkurencji.             | Uczestnik rozróżnia komponenty strategii marketingowej mające wpływ na przewagę rynkową.                     | Test teoretyczny |
|                                                                                                                       | Uczestnik identyfikuje przykład konkurencji asymetrycznej lub redefinicji kategorii rynkowej.                | Test teoretyczny |
| Uczestnik identyfikuje źródła danych i narzędzia wspierające decyzje marketingowe.                                    | Uczestnik wymienia przynajmniej dwa typy źródeł danych                                                       | Test teoretyczny |
|                                                                                                                       | Uczestnik wymienia narzędzia do wizualizacji i analizy danych marketingowych                                 | Test teoretyczny |
| Uczestnik charakteryzuje model operacyjny marketingu jako spójny system działań i zasobów.                            | Uczestnik wykorzystuje elementy składowe operacyjnego modelu marketingowego.                                 | Test teoretyczny |
|                                                                                                                       | Uczestnik przedstawia przykład planowania działań marketingowych z uwzględnieniem budżetu i zasobów.         | Test teoretyczny |
| Uczestnik rozpoznaje kompetencje niezbędne do prowadzenia marketingu w warunkach zmienności i transformacji cyfrowej. | Uczestnik opisuje kompetencje, które umożliwiają efektywne działanie w dynamicznym środowisku marketingowym. | Test teoretyczny |

| Efekty uczenia się                                                                                          | Kryteria weryfikacji                                                                                                                                 | Metoda walidacji |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| Uczestnik charakteryzuje rolę technologii – w tym AI – w nowoczesnej strategii marketingowej.               | Uczestnik objaśnia, w jaki sposób technologie cyfrowe wspierają projektowanie i realizację działań strategicznych w marketingu.                      | Test teoretyczny |
|                                                                                                             | Uczestnik porównuje różne technologie pod kątem ich zastosowania w planowaniu, automatyzacji lub analizie kampanii marketingowych.                   | Test teoretyczny |
| Uczestnik identyfikuje wyzwania etyczne i ryzyka związane z wykorzystaniem AI w strategiach marketingowych. | Uczestnik rozróżnia typy ryzyk wynikające z wykorzystania technologii AI w procesach marketingowych i przypisuje je do konkretnych obszarów działań. | Test teoretyczny |
|                                                                                                             | Uczestnik opisuje zasady postępowania lub procedury, które pomagają ograniczyć zagrożenia i zapewnić przejrzystość działań opartych na algorytmach.  | 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

Pytanie 2. Czy dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji?

TAK

Pytanie 3. Czy dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

## Program

### 1. Marketing przyszłości – trendy i zmiany - 3 godziny zajęć teoretycznych

- Nowe modele marketingowe w gospodarce cyfrowej.
- Zmiana roli marketingu w organizacji: od wsparcia sprzedaży do współtwórcy wartości strategicznej.

- Trendy technologiczne, społeczne i środowiskowe wpływające na marketing.

## **2. Budowanie przewagi konkurencyjnej przez strategię marketingową - 2 godzin 45 minut teoretycznych**

- Kluczowe komponenty nowoczesnej strategii marketingowej.
- Pozycjonowanie marki w warunkach zmienności rynkowej.
- Nowe formy konkurencji i zmieniające się granice rynku.

## **3. Zarządzanie informacją i podejmowanie decyzji na podstawie danych - 3 godzin zajęć teoretycznych**

- Modelowanie decyzyjne w marketingu: od intuicji do predykcji.
- Źródła danych i ich wiarygodność.
- Systemy dashboardowe, KPI i mierniki skuteczności strategii.

## **4. Projektowanie modeli operacyjnych marketingu - 3 godziny zajęć praktycznych**

- Marketing jako system: struktura procesowa, role, workflow.
- Planowanie kampanii z uwzględnieniem zasobów, budżetów i kanałów.
- Zintegrowane planowanie działań (media, produkt, promocja, dystrybucja).

## **5. Nowe kompetencje liderów marketingu - 2 godziny 45 minut praktycznych**

- Kompetencje przyszłości: analityczne, projektowe, komunikacyjne, strategiczne.
- Współpraca interdyscyplinarna (z IT, strategią, ESG, sprzedażą).
- Budowanie kultury innowacji i odporności organizacyjnej.

## **6. Technologiczne komponenty strategii – w tym AI, ale nie tylko - 3 godziny zajęć praktycznych**

- Miejsce sztucznej inteligencji w ekosystemie narzędzi marketingowych.
- Automatyzacja kampanii, wykorzystanie AI do generowania treści, predykcji i segmentacji.
- Porównanie AI z innymi technologiami wspierającymi.

## **7. Etyka, transparentność i ryzyka związane z AI w marketingu - 2 godziny 45 minut teoretycznych**

- Etyczne aspekty wykorzystania AI w strategiach marketingowych.
- Identyfikacja ryzyk technologicznych, operacyjnych i wizerunkowych.
- Dobre praktyki i compliance przy wdrażaniu AI w organizacji.

## **8. Walidacja - 1 godzina praktyczna**

**Liczba godzin usługi:** 22 (usługa jest realizowana w godzinach zegarowych 1 h szkolenia = 60 min.):

- Liczba godzin teoretycznych - 11 godzin 30 minut
- Liczba godzin praktycznych - 9 godzin 45 minut
- Liczba przerw - 3 po 15 min.

### **Przerwy i walidacja:**

- Przerwy zostały zaplanowane i są uwzględnione w harmonogramie, są wliczane do procesu kształcenia.
- Walidacja jest wliczana do procesu kształcenia i jest przeprowadzana na koniec usługi w celu oceny osiągniętych efektów. Wybrana metoda walidacji umożliwia zweryfikowanie zarówno wiedzy jak i umiejętności.

**Zajęcia będą realizowane** metodami interaktywnymi i aktywizującymi, rozumianymi jako metody umożliwiające uczenie się w oparciu o doświadczenie i pozwalające uczestnikom na ćwiczenie umiejętności tj.:

- ćwiczenia,
- burza mózgów,
- studium przypadków,
- metody walidacji.

# **Harmonogram**

Liczba przedmiotów/zajęć: 25

| Przedmiot / temat zajęć                                                                                                                            | Prowadzący        | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| 1 z 25 Marketing przyszłości – trendy i zmiany: Nowe modele marketingowe w gospodarce cyfrowej                                                     | Marcin Lenkiewicz | 08-09-2025            | 08:00               | 09:00               | 01:00         |
| 2 z 25 Marketing przyszłości – trendy i zmiany: Zmiana roli marketingu w organizacji - od wsparcia sprzedaży do współtwórcy wartości strategicznej | Marcin Lenkiewicz | 08-09-2025            | 09:00               | 10:00               | 01:00         |
| 3 z 25 Marketing przyszłości – trendy i zmiany: Trendy technologiczne, społeczne i środowiskowe wpływające na marketing                            | Marcin Lenkiewicz | 08-09-2025            | 10:00               | 11:00               | 01:00         |
| 4 z 25 Budowanie przewagi konkurencyjnej przez strategię marketingową: Kluczowe komponenty nowoczesnej strategii marketingowej                     | Marcin Lenkiewicz | 08-09-2025            | 11:00               | 12:00               | 01:00         |
| 5 z 25 Przerwa                                                                                                                                     | Marcin Lenkiewicz | 08-09-2025            | 12:00               | 12:15               | 00:15         |
| 6 z 25 Budowanie przewagi konkurencyjnej przez strategię marketingową: Pozycjonowanie marki w warunkach zmienności rynkowej                        | Marcin Lenkiewicz | 08-09-2025            | 12:15               | 13:00               | 00:45         |

| Przedmiot / temat zajęć                                                                                                                           | Prowadzący        | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| <div>7 z 25</div> Budowanie przewagi konkurencyjnej przez strategię marketingową: Nowe formy konkurencji i zmieniające się granice rynku          | Marcin Lenkiewicz | 08-09-2025            | 13:00               | 14:00               | 01:00         |
| <div>8 z 25</div> Zarządzanie informacją i podejmowanie decyzji na podstawie danych: Modelowanie decyzyjne w marketingu: od intuicji do predykcji | Marcin Lenkiewicz | 08-09-2025            | 14:00               | 15:00               | 01:00         |
| <div>9 z 25</div> Zarządzanie informacją i podejmowanie decyzji na podstawie danych: Źródła danych i ich wiarygodność                             | Marcin Lenkiewicz | 08-09-2025            | 15:00               | 16:00               | 01:00         |
| <div>10 z 25</div> Zarządzanie informacją i podejmowanie decyzji na podstawie danych: Systemy dashboardowe, KPI i mierniki skuteczności strategii | Marcin Lenkiewicz | 09-09-2025            | 08:00               | 09:00               | 01:00         |
| <div>11 z 25</div> Projektowanie modeli operacyjnych marketingu: Marketing jako system: struktura procesowa, role, workflow                       | Marcin Lenkiewicz | 09-09-2025            | 09:00               | 10:00               | 01:00         |

| Przedmiot / temat zajęć                                                                                                                  | Prowadzący        | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| <div>12 z 25</div> Projektowanie modeli operacyjnych marketingu: Planowanie kampanii z uwzględnieniem zasobów, budżetów i kanałów        | Marcin Lenkiewicz | 09-09-2025            | 10:00               | 11:00               | 01:00         |
| <div>13 z 25</div> Projektowanie modeli operacyjnych marketingu: Zintegrowane planowanie działań (media, produkt, promocja, dystrybucja) | Marcin Lenkiewicz | 09-09-2025            | 11:00               | 12:00               | 01:00         |
| <div>14 z 25</div> Przerwa                                                                                                               | Marcin Lenkiewicz | 09-09-2025            | 12:00               | 12:15               | 00:15         |
| <div>15 z 25</div> Nowe kompetencje liderów marketingu: Kompetencje przyszłości: analityczne, projektowe, komunikacyjne, strategiczne    | Marcin Lenkiewicz | 09-09-2025            | 12:15               | 13:00               | 00:45         |
| <div>16 z 25</div> Nowe kompetencje liderów marketingu: Współpraca interdyscyplinarna (z IT, strategią, ESG, sprzedażą)                  | Marcin Lenkiewicz | 09-09-2025            | 13:00               | 14:00               | 01:00         |
| <div>17 z 25</div> Nowe kompetencje liderów marketingu: Budowanie kultury innowacji i odporności organizacyjnej                          | Marcin Lenkiewicz | 09-09-2025            | 14:00               | 15:00               | 01:00         |

| Przedmiot / temat zajęć                                                                                                                                                   | Prowadzący        | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| <div>18 z 25</div> Technologiczne komponenty strategii – w tym AI, ale nie tylko: Miejsce sztucznej inteligencji w ekosystemie narzędzi marketingowych                    | Marcin Lenkiewicz | 09-09-2025            | 15:00               | 16:00               | 01:00         |
| <div>19 z 25</div> Technologiczne komponenty strategii – w tym AI, ale nie tylko: Automatyzacja kampanii, wykorzystanie AI do generowania treści, predykcji i segmentacji | Marcin Lenkiewicz | 10-09-2025            | 08:00               | 09:00               | 01:00         |
| <div>20 z 25</div> Technologiczne komponenty strategii – w tym AI, ale nie tylko: Porównanie AI z innymi technologiami wspierającymi                                      | Marcin Lenkiewicz | 10-09-2025            | 09:00               | 10:00               | 01:00         |
| <div>21 z 25</div> Etyka, transparentność i ryzyka związane z AI w marketingu: Etyczne aspekty wykorzystania AI w strategiach marketingowych                              | Marcin Lenkiewicz | 10-09-2025            | 10:00               | 11:00               | 01:00         |
| <div>22 z 25</div> Etyka, transparentność i ryzyka związane z AI w marketingu: Identyfikacja ryzyk technologicznych, operacyjnych i wizerunkowych                         | Marcin Lenkiewicz | 10-09-2025            | 11:00               | 12:00               | 01:00         |



| Przedmiot / temat zajęć                                                                                                         | Prowadzący        | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| 23 z 25 Przerwa                                                                                                                 | Marcin Lenkiewicz | 10-09-2025            | 12:00               | 12:15               | 00:15         |
| 24 z 25 Etyka, transparentność i ryzyka związane z AI w marketingu: dobre praktyki i compliance przy wdrażaniu AI w organizacji | Marcin Lenkiewicz | 10-09-2025            | 12:15               | 13:00               | 00:45         |
| 25 z 25 Walidacja                                                                                                               | -                 | 18-09-2025            | 11:00               | 12:00               | 01:00         |

# Cennik

## Cennik

| Rodzaj ceny                               | Cena         |
|-------------------------------------------|--------------|
| Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto | 3 638,00 PLN |
| Koszt przypadający na 1 uczestnika netto  | 3 638,00 PLN |
| Koszt osobogodziny brutto                 | 165,36 PLN   |
| Koszt osobogodziny netto                  | 165,36 PLN   |

# Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

## Marcin Lenkiewicz

Marcin Lenkiewicz to doświadczony trener i konsultant edukacyjno-biznesowy, specjalizujący się w zarządzaniu zmianą, wdrażaniu strategii transformacyjnych oraz integracji sztucznej inteligencji w środowiskach pracy. Współpracował m.in. z międzynarodową firmą finansową IGK Group Credit Management oraz koncernem Magneti Marelli, gdzie realizował projekty z zakresu komunikacji międzykulturowej, zarządzania projektami oraz digitalizacji procesów operacyjnych. Posiada również doświadczenie w działaniach powiązanych z nowoczesnym marketingiem: przez ponad 5 lat tworzył angażujące treści i zarządzał publikacjami online, współpracując z zespołami copywriterów i specjalistami ds. mediów społecznościowych. Koordynował pracę redakcji, nadzorował promocję treści cyfrowych i wspierał działania komunikacyjne skierowane do odbiorców

z różnych segmentów rynku. Tworzył scenariusze materiałów edukacyjnych oraz projektował kampanie treściowe z wykorzystaniem narzędzi graficznych i edytorskich (Canva, Adobe Creative Suite).

Ukończył studia magisterskie z socjologii na Uniwersytecie w Białymstoku oraz studia licencjackie z administracji publicznej i filozofii w Wyższej Szkole Administracji Publicznej im. S. Staszica.

Uzupełniał wiedzę w ramach szkoleń z wykorzystania AI w środowiskach zawodowych, komunikacji strategicznej oraz zarządzania projektami w metodykach Agile i Waterfall.

W ciągu ostatnich 5 lat Pan Lenkiewicz prowadził szkolenia w tej samej lub pokrewnej tematyce.

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Każdy uczestnik po ukończonym szkoleniu otrzyma Certyfikat ukończenia szkolenia oraz materiały w formie prezentacji przygotowanej na potrzeby szkolenia.

### Warunki uczestnictwa

Warunkiem zaliczenia usługi jest uczestnictwo w co najmniej 80% zajęć usługi rozwojowej oraz zaliczenie zajęć w formie testu wiedzy.

Fakt uczestnictwa w każdym dniu usługi rozwojowej musi zostać potwierdzony przez wygenerowane raporty z logowania z każdego dnia szkolenia.

### Informacje dodatkowe

Usługa zwolniona z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 pkt 29 lit. c ustawy o VAT w zw. z § 3 ust. 1 pkt 14 rozporządzenia MF z 20.12.2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień.

Przerwy sygnalizowane są przez osobę prowadzącą i zapisywane na czacie w platformie szkoleniowej.

## Warunki techniczne

Wymagania techniczno-sprzętowe:

Każdy uczestnik szkolenia powinien mieć możliwość korzystania z urządzenia mobilnego z dostępem do Internetu z prędkością przesyłu co najmniej 5MB/s oraz wyposażonego w mikrofon, kamerę i głośnik.

Urządzenie powinno posiadać:

- Procesor dwurdzeniowy 2GHz lub lepszy;
- 2 GB pamięci RAM lub więcej;
- System operacyjny Windows, Mac OS, Linux, ChromeOS, Android, IOS - zalecane najnowsze wersje;

Szkolenie prowadzone będzie na platformie opartej na przeglądarce internetowej. Wymagane jest posiadanie jednej z przeglądarek: Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, Edge, Opera, Safari.

Kody dostępowe do usługi:

Szkolenie będzie się odbywać za pomocą platformy LiveWebinar – przed szkoleniem Uczestnicy otrzymają link. Program umożliwia prezentację ekranu.

<https://livewebinar.com/135-788-738>

W razie problemów technicznych szkolenie zostanie przeniesione na platformę ZOOM.

Link wygaśnie po zakończeniu szkolenia - 18.08.2025 o godzinie 12:05.

Uczestnicy, trener oraz Operator drogą mailową otrzymają dostęp tj. link i hasło przed rozpoczęciem szkolenia

## Kontakt



**Natallia Paulenka**

**E-mail** paulenka@bosfundacja.pl

**Telefon** (+48) 536 210 297