



MProjekt Marek
Pieńkowski

Brak ocen dla tego dostawcy

Szkolenie - Social media marketing z wykorzystaniem AI.

Numer usługi 2025/08/21/177196/2952648

📍 Elbląg / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 24 h

📅 24.10.2025 do 30.10.2025

5 000,00 PLN brutto

5 000,00 PLN netto

208,33 PLN brutto/h

208,33 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Zarządzanie przedsiębiorstwem

Grupa docelowa usługi

Szkolenie skierowane jest do właścicieli małych i średnich firm, specjalistów ds. marketingu i PR, pracowników działów sprzedaży, obsługi klienta oraz HR, a także freelancerów, twórców internetowych i osób rozpoczynających karierę w marketingu cyfrowym. Uczestnikami mogą być wszystkie osoby, które chcą zdobyć aktualną wiedzę i praktyczne umiejętności w zakresie mediów społecznościowych i wykorzystania sztucznej inteligencji w działaniach marketingowych, budowaniu marki, rozwijaniu społeczności online oraz zwiększaniu efektywności sprzedaży i komunikacji w internecie.

Minimalna liczba uczestników

1

Maksymalna liczba uczestników

5

Data zakończenia rekrutacji

23-10-2025

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

24

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Znak Jakości TGLS Quality Alliance

Cel

Cel edukacyjny

Usługa szkoleniowa prowadzi do wyposażenia Uczestników w kompleksową wiedzę i praktyczne umiejętności z zakresu marketingu internetowego, ze szczególnym uwzględnieniem mediów społecznościowych i narzędzi sztucznej inteligencji.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik definiuje podstawowe pojęcia z zakresu marketingu online i sztucznej inteligencji oraz charakteryzuje najważniejsze trendy w marketingu internetowym i social mediach.	Poprawnie rozpoznaje i wyjaśnia pojęcia (SEO, targetowanie, AI, ChatGPT) oraz wskazuje aktualne trendy w marketingu internetowym i social mediach.	Test teoretyczny
Uczestnik rozróżnia rodzaje treści (grafika, wideo, post edukacyjny, reklama płatna) i potrafi dopasować je do celów komunikacyjnych.	Wybiera właściwy format dla określonego celu marketingowego i rozpoznaje skuteczne oraz nieskuteczne rozwiązania.	Test teoretyczny
Uczestnik opisuje specyfikę głównych kanałów (Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn) i ich zastosowanie w działaniach marketingowych.	Dopasowuje kanał do odpowiedniego działania (np. TikTok – short video).	Test teoretyczny
Uczestnik opracowuje strukturę strategii marketingowej i planuje kampanie online z uwzględnieniem celów, grupy docelowej i harmonogramu.	Stosuje właściwe elementy strategii i dopasowuje format reklamy do rodzaju kampanii.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik identyfikuje sposoby angażowania odbiorców i rozwijania społeczności online.	Wskazuje przykłady działań (konkursy, storytelling, interakcje), które zwiększają lojalność i zaangażowanie społeczności.	Test teoretyczny
Uczestnik opisuje zasady budowania bazy mailingowej i wykorzystania social media do sprzedaży produktów i usług.	Stosuje poprawne praktyki (double opt-in, segmentacja) oraz rozpoznaje funkcjonalności sprzedażowe (sklep Facebook, marketplace, link w bio).	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik interpretuje raporty i wskaźniki skuteczności działań w social media.	Wskazuje, które KPI (CTR, zasięg, konwersje) świadczą o skuteczności kampanii i potrafi wskazać obszary wymagające optymalizacji.	Test teoretyczny
Uczestnik projektuje materiały wideo, planuje transmisje live oraz wykorzystuje narzędzia takie jak Canva do tworzenia grafik i animacji.	Stosuje odpowiednie elementy skutecznego wideo, dopasowuje narzędzia do działań i wskazuje poprawne praktyki wizualne.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik charakteryzuje zasady budowania spójnego wizerunku marki i własnej marki osobistej w internecie.	Dopasowuje elementy do strategii komunikacyjnej.	Test teoretyczny
Uczestnik opisuje możliwości narzędzi AI (w tym ChatGPT, Canva AI) i planuje automatyzację procesów twórczych oraz komunikacyjnych.	Wskazuje, które funkcje AI i narzędzia automatyzacji wspierają copywriting, planowanie kampanii, generowanie treści graficznych i integrację działań marketingowych.	Obserwacja w warunkach symulowanych

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

Grupa docelowa:

Szkolenie skierowane jest do właścicieli małych i średnich firm, specjalistów ds. marketingu i PR, pracowników działów sprzedaży, obsługi klienta oraz HR, a także freelancerów, twórców internetowych i osób rozpoczynających karierę w marketingu cyfrowym. Uczestnikami mogą być wszystkie osoby, które chcą zdobyć aktualną wiedzę i praktyczne umiejętności w zakresie mediów społecznościowych i wykorzystania sztucznej inteligencji w działaniach marketingowych, budowaniu marki, rozwijaniu społeczności online oraz zwiększaniu efektywności sprzedaży i komunikacji w internecie.

Forma organizacyjna i warunki realizacji:

- Usługa realizowana w formie stacjonarnej.
- Uczestnicy pracują indywidualnie lub w zespołach max 5 osobowych - podzielone zadania, odgrywanie scen, ćwiczenia, praca warsztatowa
- Każdy uczestnik otrzymuje materiały szkoleniowe (teczka, notatnik, długopis) oraz materiały dydaktyczne w wersji elektronicznej, obejmujących: prezentację szkoleniową podsumowującą kluczowe treści z każdego modułu (PDF), zestaw linków do darmowych narzędzi (np. Canva, CapCut, ChatGPT, AI Ads Tools).
- Każdy Uczestnik podczas szkolenia ma zapewniony dostęp do komputera

Szkolenie realizowane jest w godzinach zegarowych (60 minut = 1 godz.).

Przerwy są wliczane do czasu trwania usługi.

Łączna liczba godzin: 24 godziny zegarowych, w tym:

- 17,5 godzin teorii
- 4,5 godzin praktyki w formie ćwiczeń
- 2 godziny walidacja

Program szkolenia: Szkolenie - Social media marketing w wykorzystaniu AI.

1. Podstawowe pojęcia z zakresu marketingu internetowego i sztucznej inteligencji
2. Współczesne trendy w marketingu internetowym
3. Rodzaje treści i zasady tworzenia contentu
4. Charakterystyka kanałów social media: Facebook, Instagram, TikTok.

- 5. Planowanie i realizacja strategii marketingowej
- 6. Planowanie i uruchamianie kampanii reklamowych online
- 7. Tworzenie i rozwijanie społeczności odbiorców w mediach społecznościowych
- 8. Zbieranie i zarządzanie bazą adresów mailowych – newslettery
- 9. Monitoring, analiza i raportowanie efektów działań marketingowych
- 10. Marketing automation – automatyzacja procesów komunikacyjnych
- 11. Tworzenie materiałów wideo i wykorzystanie live streamingu w promocji
- 12. Budowanie wizerunku marki i personal branding w internecie
- 13. E-commerce i sprzedaż w mediach społecznościowych
- 14. Możliwości platformy Canva w projektowaniu treści wizualnych
- 15. Wykorzystanie narzędzi sztucznej inteligencji, w tym ChatGPT, w marketingu
- 16. Zwiększanie atrakcyjności grafik i treści multimedialnych
- 17. Automatyzacja procesów twórczych z wykorzystaniem AI
- 18. Integracja Canvy i ChatGPT w praktycznych działaniach marketingowych.

W ramach części praktycznej Uczestnicy będą realizować zadania związane z projektowaniem i publikacją treści w social media, planowaniem i uruchamianiem kampanii reklamowych, przygotowaniem materiałów wideo i transmisji live, tworzeniem grafik w Canvie, a także integrowaniem narzędzi AI w działaniach marketingowych. Uczestnicy przećwiczą w praktyce automatyzację procesów komunikacyjnych, przygotują przykładowe strategie i posty z wykorzystaniem ChatGPT i Canvy, a także dokonają analizy efektów działań w warunkach symulowanych.

Walidacja będzie obejmować kilka form sprawdzania osiągnięcia efektów uczenia się uczestnika. Walidator rozpocznie proces od wyjaśnienia zasad walidacji. Następnie uczestnik przystąpi do testu teoretycznego, który będzie składał się z 20 pytań: 15 zamkniętych i 5 otwartych.

Dodatkowo, walidacja obejmuje obserwację w warunkach symulowanych – uczestnik przygotowuje i zaprezentuje działania marketingowe (np. stworzenie treści lub mini kampanii z wykorzystaniem AI), co pozwoli zweryfikować zarówno wiedzę teoretyczną, jak i praktyczne umiejętności.

Celem walidacji jest sprawdzenie poziomu nabycia kompetencji i wiedzy uczestnika oraz umiejętności zastosowania ich w praktyce.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 25

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 25 Wprowadzenie, podstawowe pojęcia z zakresu marketingu internetowego i sztucznej inteligencji	Aneta Kudlak	24-10-2025	16:00	16:30	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
2 z 25 Współczesne trendy w marketingu internetowym	Aneta Kudlak	24-10-2025	16:30	17:00	00:30
3 z 25 Przerwa kawowa	Aneta Kudlak	24-10-2025	17:00	17:15	00:15
4 z 25 Rodzaje treści i zasady tworzenia contentu	Aneta Kudlak	24-10-2025	17:15	18:00	00:45
5 z 25 Charakterystyka kanałów social media: Facebook, Instagram, TikTok	Aneta Kudlak	24-10-2025	18:00	19:00	01:00
6 z 25 Planowanie, realizacja strategii marketingowej oraz kampanii reklamowych - ćwiczenia praktyczne	Aneta Kudlak	24-10-2025	19:00	20:00	01:00
7 z 25 Tworzenie i rozwijanie społeczności odbiorców w mediach społecznościowych - ćwiczenia praktyczne	Aneta Kudlak	25-10-2025	08:00	09:30	01:30
8 z 25 Przerwa kawowa	Aneta Kudlak	25-10-2025	09:30	09:45	00:15
9 z 25 Zbieranie i zarządzanie bazą adresów mailowych – newslettery	Aneta Kudlak	25-10-2025	09:45	11:00	01:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
10 z 25 Monitoring, analiza i raportowanie efektów działań marketingowych	Aneta Kudlak	25-10-2025	11:00	12:00	01:00
11 z 25 Przerwa kawowa	Aneta Kudlak	25-10-2025	12:00	12:15	00:15
12 z 25 Marketing automation – automatyzacja procesów komunikacyjnych	Aneta Kudlak	25-10-2025	12:15	13:00	00:45
13 z 25 Tworzenie materiałów wideo i wykorzystanie live streamingu w promocji - ćwiczenia praktyczne	Aneta Kudlak	25-10-2025	13:00	14:30	01:30
14 z 25 Budowanie wizerunku marki i personal branding w internecie - ćwiczenia praktyczne	Aneta Kudlak	25-10-2025	14:30	16:00	01:30
15 z 25 E-commerce i sprzedaż w mediach społecznościowych	Sandra Szewczyk	29-10-2025	16:00	17:00	01:00
16 z 25 Canva w projektowaniu treści wizualnych cz.1 - ćwiczenia praktyczne	Sandra Szewczyk	29-10-2025	17:00	18:00	01:00
17 z 25 Przerwa kawowa	Sandra Szewczyk	29-10-2025	18:00	18:15	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
18 z 25 Canva w projektowaniu treści wizualnych - cz. 2 - ćwiczenia praktyczn	Sandra Szewczyk	29-10-2025	18:15	20:00	01:45
19 z 25 Wykorzystanie narzędzi sztucznej inteligencji, w tym ChatGPT, w marketingu - ćwiczenia praktyczne cz.1	Sandra Szewczyk	30-10-2025	08:00	09:30	01:30
20 z 25 Przerwa kawowa	Sandra Szewczyk	30-10-2025	09:30	09:45	00:15
21 z 25 Wykorzystanie narzędzi sztucznej inteligencji, w tym ChatGPT, w marketingu - ćwiczenia praktyczne cz.2	Sandra Szewczyk	30-10-2025	09:45	11:15	01:30
22 z 25 Zwiększanie atrakcyjności grafik i treści multimedialnych - ćwiczenia praktyczne	Sandra Szewczyk	30-10-2025	11:15	12:00	00:45
23 z 25 Automatyzacja procesów twórczych z wykorzystaniem AI - ćwiczenia praktyczne	Sandra Szewczyk	30-10-2025	12:00	13:00	01:00
24 z 25 Integracja Canvy i ChatGPT w praktycznych działaniach marketingowych - ćwiczenia praktyczne	Sandra Szewczyk	30-10-2025	13:00	14:00	01:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
25 z 25 Walidacja	-	30-10-2025	14:00	16:00	02:00

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 000,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 000,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	208,33 PLN
Koszt osobogodziny netto	208,33 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 2



1 z 2

Sandra Szewczyk

Trenerka z 10-letnim doświadczeniem zawodowym w obszarze marketingu internetowego, social media oraz nowych technologii. Specjalizuje się w wykorzystaniu mediów społecznościowych oraz narzędzi sztucznej inteligencji w budowaniu marki, komunikacji z klientem i automatyzacji działań online. Posiada szeroką wiedzę z zakresu strategii social media, tworzenia angażujących treści, analizy danych oraz wykorzystania AI do personalizacji przekazu i optymalizacji kampanii marketingowych.

Ukończyła studia na kierunku Stosunki międzynarodowe – media społecznościowe i komunikacja międzykulturowa w Wyższej Szkole Bankowej w Gdańsku. Brała udział w licznych szkoleniach branżowych, m.in. „Strategia social media – od planu do realizacji” (2016), „Analityka i optymalizacja kampanii w Meta Ads i Google Ads” (2018), „Sztuczna inteligencja w marketingu – automatyzacja i personalizacja” (2021, online) oraz „Tworzenie treści z wykorzystaniem narzędzi AI” (2023). W ciągu ostatnich 5 lat przeprowadziła ponad 300 godzin warsztatów i szkoleń, dzieląc się wiedzą i doświadczeniem z przedsiębiorcami, specjalistami marketingu oraz osobami rozwijającymi własne marki w sieci.



2 z 2

Aneta Kudlak

Trener z 18-letnim doświadczeniem zawodowym w zakresie marketingu internetowego i social media, w tym praktyczne doświadczenie w tworzeniu i wdrażaniu strategii marketingowych dla MŚP. Posiada doświadczenie w prowadzeniu szkoleń i warsztatów zarówno stacjonarnych, jak i online, w

tym z zakresu tworzenia i prowadzenia kampanii w social media, generowania treści oraz analizy i optymalizacji działań marketingowych.

W ostatnich pięciu latach przeprowadziła ponad 100 szkoleń i warsztatów w obszarze marketingu internetowego i social media. Pracuje zarówno z początkującymi przedsiębiorcami, jak i z zespołami marketingowymi czy nauczycielami, którzy chcą wprowadzać nowoczesne rozwiązania do edukacji. Dzięki połączeniu praktycznego doświadczenia zawodowego z doświadczeniem trenerskim, prowadzone szkolenia są oparte na realnych przykładach, ćwiczeniach praktycznych i case study, co umożliwia uczestnikom natychmiastowe wdrożenie zdobytej wiedzy w praktyce.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy szkolenia otrzymują zestaw materiałów dydaktycznych w wersji elektronicznej, obejmujących: prezentację szkoleniową podsumowującą kluczowe treści z każdego modułu (PDF), zestaw linków do darmowych narzędzi (np. Canva, CapCut, ChatGPT, AI Ads Tools).

Informacje dodatkowe

Usługa rozwojowa nie jest świadczona przez podmiot pełniący funkcję Operatora lub Partnera Operatora w danym projekcie PSF lub w którymkolwiek Regionalnym Programie lub FERS albo przez podmiot powiązany z Operatorem lub Partnerem kapitałowo lub osobowo. Usługa rozwojowa nie jest świadczona przez podmiot będący jednocześnie podmiotem korzystającym z usług rozwojowych o zbliżonej tematyce w ramach danego projektu. Usługa rozwojowa nie obejmuje wzajemnego świadczenia usług w projekcie o zbliżonej tematyce przez Dostawców usług, którzy delegują na usługi siebie oraz swoich pracowników i korzystają z dofinansowania, a następnie świadczą usługi w zakresie tej samej tematyki dla Przedsiębiorcy, który wcześniej występował w roli Dostawcy tych usług. Cena usługi nie obejmuje kosztów niezwiązanych bezpośrednio z usługą rozwojową, w szczególności kosztów środków trwałych przekazywanych Przedsiębiorcom lub Pracownikom przedsiębiorcy, kosztów dojazdu i zakwaterowania.

Adres

ul. Rawska 19
82-300 Elbląg
woj. warmińsko-mazurskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Marek Pieńkowski

E-mail pienkowski.marek@wp.pl

Telefon (+48) 735 783 049