



Szkolenie- Jak skutecznie prowadzić Social Media i wykorzystać AI w HoReCa?

Numer usługi 2025/08/25/14311/2958017

3 148,80 PLN brutto

2 560,00 PLN netto

196,80 PLN brutto/h

160,00 PLN netto/h

Hotele i

Gastronomia PLUS

Sp. z o.o.

★★★★★ 4,8 / 5

4 469 ocen

📍 Rzeszów

🏠 Usługa szkoleniowa

📄 stacjonarna

🕒 16:00 h

📅 25.05.2026 do 26.05.2026

Informacje podstawowe

Kategoria	Inne / Turystyka i hotelarstwo
Grupa docelowa usługi	Grupa docelowa szkolenia "Jak skutecznie prowadzić Social Media w HoReCa" to menedżerowie i pracownicy branży hotelarsko-gastronomicznej. Adresowane jest ono do osób odpowiedzialnych za marketing, PR i obsługę klienta w hotelach, restauracjach oraz kawiarniach.
Minimalna liczba uczestników	5
Maksymalna liczba uczestników	12
Data zakończenia rekrutacji	24-05-2026
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	16
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Znak Jakości Małopolskich Standardów Usług Edukacyjno-Szkoleniowych (MSUES) - wersja 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje do skutecznego wykorzystywania platform społecznościowych w branży hotelarsko-gastronomicznej m.in.: tworzenia atrakcyjnych treści, planowania strategii komunikacji, analizowania efektywności działań oraz reagowania na opinie klientów. Szkolenie potwierdza przygotowanie do używania praktycznych narzędzi i wskazówek, umożliwiając uczestnikom osiągnięcie lepszych wyników marketingowych oraz ich strategiczne wykorzystanie.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Opisuje podstawowe zasady zarządzania kontami w mediach społecznościowych w branży HoReCa, takie jak dobór platform, tworzenie treści i harmonogram postów.</p> <p>Rozpoznaje kluczowe platformy społecznościowe, które mają największy wpływ na promocję usług w branży gastronomicznej i hotelarskiej (np. Facebook, Instagram, LinkedIn).</p>	<p>Opisuje zasady doboru platform społecznościowych w zależności od grupy docelowej, celu kampanii i rodzaju oferowanych usług w HoReCa.</p>	<p>Wywiad swobodny</p>
	<p>Określa cel i przekaz każdego posta, zgodnie z ogólną strategią marketingową w branży HoReCa (np. zwiększenie sprzedaży, budowanie wizerunku, angażowanie klientów).</p>	<p>Wywiad swobodny</p>
	<p>Wymienia główne platformy społecznościowe (np. Facebook, Instagram, LinkedIn), które mają największy wpływ na promocję usług w branży gastronomicznej i hotelarskiej.</p>	<p>Wywiad swobodny</p>
	<p>Analizuje potencjał marketingowy każdej z platform, oceniając ich zalety i wady w kontekście promocji usług gastronomicznych i hotelarskich.</p> <p>Dopasowuje strategię promocji do charakterystyki platformy, uwzględniając jej formaty treści (np. zdjęcia, wideo, posty tekstowe, stories).</p>	<p>Wywiad swobodny</p> <p>Wywiad swobodny</p>
<p>Tworzy angażujące posty, które przyciągają uwagę klientów i budują pozytywny wizerunek marki w mediach społecznościowych.</p>	<p>Dobiera odpowiedni język i ton komunikacji, zgodny z wartościami marki i preferencjami odbiorców.</p>	<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p>
	<p>Wykorzystuje atrakcyjne zdjęcia, grafiki i wideo, które przyciągają wzrok i są odpowiednie do treści promowanych usług w branży HoReCa.</p> <p>Personalizuje treści w oparciu o dane o odbiorcach, wykorzystując spersonalizowane oferty i komunikaty, które zwiększają zaangażowanie.</p>	<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p> <p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p>

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Dobiera odpowiednie strategie komunikacji w zależności od grupy docelowej i specyfiki działalności w HoReCa, uwzględniając ton głosu i styl komunikacji.</p> <p>Integruje sztuczną inteligencję (AI) w procesy marketingowe, wykorzystując narzędzia do analizy trendów, tworzenia treści i automatyzacji komunikacji z klientami.</p>	<p>Analizuje grupy docelowe, identyfikując ich potrzeby, preferencje oraz oczekiwania względem komunikacji marki w branży HoReCa.</p>	<p>Wywiad swobodny</p>
	<p>Opracowuje spójną strategię komunikacji, która odpowiada na potrzeby różnych segmentów rynku, np. turystów, lokalnych klientów, korporacji</p>	<p>Wywiad swobodny</p>
	<p>Tworzy treści reklamowe i informacyjne, które pasują do wybranego tonu i stylu komunikacji, np. humorystyczne posty w przypadku młodszych grup, a profesjonalne w przypadku klientów biznesowych.</p>	<p>Wywiad swobodny</p>
	<p>Integruje narzędzia AI do monitorowania aktywności użytkowników na platformach społecznościowych, analizując ich interakcje z marką.</p>	<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p>
	<p>Stosuje algorytmy AI do segmentacji klientów, tworząc grupy odbiorców na podstawie ich preferencji, demografii i wcześniejszych działań.</p>	<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p>
	<p>Implementuje chatbota lub inne rozwiązania AI w celu automatyzacji komunikacji z klientami, zapewniając szybką i spersonalizowaną obsługę.</p> <p>Zarządza automatycznymi kampaniami e-mailowymi, wykorzystując AI do tworzenia harmonogramów wysyłki, segmentowania odbiorców i personalizacji komunikacji.</p>	<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p> <p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p>
<p>Analizuje wyniki kampanii marketingowych, wykorzystując AI do mierzenia skuteczności działań, takich jak otwarcia wiadomości, konwersje czy zaangażowanie użytkowników.</p>	<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p>	

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem zawierają opis efektów uczenia się?

TAK

Pytanie 2. Czy dokument lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji i zgodnie z zaplanowanymi metodami walidacji?

TAK

Pytanie 3. Czy dokument lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielanie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

Program

W celu osiągnięcia zamierzonych celów uczestnik powinien aktywnie uczestniczyć przynajmniej w 80% zajęć.

Grupa docelowa szkolenia "Jak skutecznie prowadzić Social Media w HoReCa to menedżerowie i pracownicy branży hotelarsko-gastronomicznej. Adresowane jest ono do osób odpowiedzialnych za marketing, PR i obsługę klienta w hotelach, restauracjach oraz kawiarniach.

Minimalna liczba uczestników, która powinna wziąć udział w usłudze to 5 osób.

Usługa jest realizowana w formie godzin zegarowych, a przerwy wliczają się w czas trwania usługi. Usługa jest rozpisana na 4 godziny zajęć teoretycznych i 12 godzin zajęć praktycznych.

Minimalne wyposażenie sali szkoleniowej to : rzutnik, ekran, flipchart, roll-up, odpowiednia ilość stołów i krzeseł w zależności od ilości uczestników. Każdy z uczestników powinien posiadać laptop/tablet lub inny odpowiedni sprzęt elektroniczny umożliwiający wykonywanie poleceń trenera oraz dostęp do internetu. W zależności od potrzeb szkolenia oraz ilości osób, trener będzie dzielił uczestników na grupy.

Dostawca usług posiada dokumentację potwierdzającą przebieg całego procesu walidacji. Za przeprowadzenie ww. procesu odpowiedzialny jest Piotr Tabor. Walidator dokonuje walidacji za pomocą wywiadu swobodnego oraz obserwacji w warunkach symulowanych. Za pomocą wywiadu swobodnego poprzez zadawanie pytań kierunkowych sprawdza wiedzę nabytą podczas szkolenia dotyczącą charakterystyki social mediów, programów przydatnych do obróbki zdjęć i filmów, ich funkcji i możliwości użycia. Przy użyciu metody obserwacji w warunkach symulowanych dokonuje walidacji umiejętności uczestników szkolenia poprzez zlecenie wykonania określonego zadania. Pod pojęciem walidacji kryją się wszystkie metody wskazane we wcześniejszej tabeli. Potwierdzeniem uzyskania kompetencji przez uczestników usługi jest certyfikat, natomiast przeprowadzenie procesu walidacji potwierdza protokół podpisany przez walidatora i trenera.

PROGRAM

1. Social media – ich charakterystyka: TikTok, Instagram, Facebook, LinkedIN, Youtube
2. Przydatne programy do obróbki foto i video
3. AI w służbie HoReCa - programy, przykłady i możliwości
4. Google to nie tylko wyszukiwarka – nowe możliwości jako social media
5. Typy, triki i mało wykorzystywane funkcje na social mediach
6. Gdzie jest nasz klient – wybór social mediów
7. Jakie dane dostarczamy social mediom – zrozumienie i wykorzystywanie ich w praktyce
8. Przykłady dobrze prowadzonych social mediów
9. Przydatne narzędzia do analiz
10. Pomysły i inspiracje na posty
11. Przykładowe kampanie Meta ADS i ich wyniki
12. Kluczowe aspekty strategii w realnych działaniach marketingowych
13. AI w marketingu HoReCa, zagrożenia i wyzwania
14. Chat GPT i alternatywy
15. Narzędzia do generowania grafiki AI
16. Jak stworzyć profesjonalną prezentację?
17. Tworzenie video z wykorzystaniem AI

18. AI do tworzenia muzyki na potrzeby hotelu

19. Generowanie profesjonalnych nagrań lektorskich

20. Weryfikacja efektów uczenia na podstawie wywiadu swobodnego i obserwacji w warunkach symulowanych

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 24

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 24 Social media – ich charakterystyka: TikTok, Instagram, Facebook, LinkedIN, Youtube	-	25-05-2026	09:00	09:45	00:45
2 z 24 Przydatne programy do obróbka foto i video	-	25-05-2026	09:45	10:30	00:45
3 z 24 AI w służbie HoReCa - programy, przykłady i możliwości	-	25-05-2026	10:30	11:15	00:45
4 z 24 Przerwa	-	25-05-2026	11:15	11:30	00:15
5 z 24 Google to nie tylko wyszukiwarka - mowe możliwości jako social media	-	25-05-2026	11:30	12:15	00:45
6 z 24 Tipy, triki i mało wykorzystywane funkcje na social mediach	-	25-05-2026	12:15	13:00	00:45
7 z 24 Gdzie jest nasz klient - wybór social mediów	-	25-05-2026	13:00	13:45	00:45
8 z 24 Przerwa	-	25-05-2026	13:45	14:15	00:30

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
9 z 24 Jakie dane dostarczamy social mediom - zrozumienie i wykorzystanie ich w praktyce	-	25-05-2026	14:15	15:00	00:45
10 z 24 Przykłady dobrze prowadzonych social mediów	-	25-05-2026	15:00	15:45	00:45
11 z 24 Przydatne narzędzia do analiz	-	25-05-2026	15:45	16:30	00:45
12 z 24 Pomysły na posty	-	25-05-2026	16:30	17:15	00:45
13 z 24 Przykładowe kampanie META ADS i ich wyniki	-	26-05-2026	08:00	08:45	00:45
14 z 24 Kluczowe aspekty strategii w realnych działaniach marketingowych	-	26-05-2026	08:45	09:30	00:45
15 z 24 AI w marketingu HoReCa, zagrożenia i wyzwania	-	26-05-2026	09:30	10:15	00:45
16 z 24 Chat GPT i alternatywy	-	26-05-2026	10:15	11:00	00:45
17 z 24 Przerwa	-	26-05-2026	11:00	11:15	00:15
18 z 24 Narzędzia do generowania grafiki AI	-	26-05-2026	11:15	12:00	00:45
19 z 24 Jak stworzyć profesjonalną prezentację?	-	26-05-2026	12:00	12:45	00:45

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
20 z 24 Tworzenie video z wykorzystaniem AI	-	26-05-2026	12:45	13:30	00:45
21 z 24 Przerwa	-	26-05-2026	13:30	14:00	00:30
22 z 24 AI do tworzenia muzyki na potrzeby hotelu	-	26-05-2026	14:00	14:45	00:45
23 z 24 Generowanie profesjonalnych nagrań lektorskich	-	26-05-2026	14:45	15:30	00:45
24 z 24 Weryfikacja efektów uczenia na podstawie wywiadu swobodnego i obserwacji w warunkach symulowanych	Szczepan Piechota	26-05-2026	15:30	16:15	00:45

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	3 148,80 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	2 560,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	196,80 PLN
Koszt osobogodziny netto	160,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Szczepan Piechota

Szczepan Piechota - absolwent Uniwersytetu Rzeszowskiego oraz Wyższej Szkoły Prawa i Administracji. Z hotelarstwem związany od 7 lat. Karierę rozpoczął na stanowisku recepcjonisty w czterogwiazdkowym Hotelu Blue Diamond Active SPA****, następnie objął stanowisko managera ds. marketingu. Pasjonat social media i fotografii oraz nowych technologii i ich zastosowania w hotelarstwie i marketingu. Obecnie zajmuje się marketingiem dla firmy Hotele i Gastronomia PLUS realizując się w swojej pasji, przy tworzeniu grafik oraz wideo-produkcji. Trener posiada doświadczenie w prowadzeniu szkoleń z danej tematyki w ilości 80 godzin w ostatnich 24 miesiącach. Zrealizował wiele projektów z praktycznym wykorzystaniem i wdrażaniem nowych technologii. Trener w Hotelach Plus. Adres email: biuro@hoteleplus.pl

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymają materiały dydaktyczne w formie plików przygotowanych w formacie pdf, prezentację multimedialną oraz certyfikat poświadczający nabycie nowych kompetencji.

Warunki uczestnictwa

Dysponowanie podstawowym doświadczeniem w marketingu.

Informacje dodatkowe

Jeśli szkolenie będzie dofinansowany w co najmniej w 70% ze środków publicznych, to usługa szkoleniowa będzie zwolniona z podatku VAT.

Adres

ul. Porąbki 91/1
35-317 Rzeszów
woj. podkarpackie

Siedziba firmy Hotele Plus Sp. z o.o.

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Piotr Tabor

E-mail biuro@hoteleplus.pl

Telefon (+48) 519 147 105