



Akademia marketingu internetowego DIMAQ AI - forma zdalna - szkolenie

Numer usługi 2025/09/03/161607/2982827

4 674,00 PLN brutto

3 800,00 PLN netto

186,96 PLN brutto/h

152,00 PLN netto/h

Interactive

Advertising Institute

Sp. z o.o.

★★★★★ 4,6 / 5

46 ocen

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 25 h

📅 12.12.2025 do 17.12.2025

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Dla osób, które zawodowo zajmują się e-marketingiem lub marketingiem i chcą poszerzyć swoją wiedzę i umiejętności swoje kwalifikacje z zakresu AI w digitalu. W szczególności dla:

- digital marketerów, pracowników agencji, domów mediowych i mediów oraz freelancerów, którzy bezpośrednio zajmują się operacyjnymi działaniami z obszaru e-marketingu/e-commerce/marketingu;
- doświadczonych marketerów, którzy chcą również samodzielnie prowadzić działania online;
- praktyków, którzy zajmują się planowaniem operacyjnym kampanii/zakupem mediów oraz na co dzień obsługują narzędzia e-marketingowe;
- ekspertów firm doradczych i konsultingowych, którzy wspierają swoich klientów najwyższą jakością praktycznej wiedzy.

Szkolenie obejmuje cały zakres wiedzy weryfikowanej przez egzamin DIMAQ AI.

Usługa jest również adresowana do uczestników projektów:

- Kierunek Kariera Zawodowa
- Kierunek – Rozwój
- Pociąg do kariery

Minimalna liczba uczestników

10

Maksymalna liczba uczestników

25

Data zakończenia rekrutacji

11-12-2025

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje do nabycia wiedzy o uczeniu maszynowym i sztucznej inteligencji, wykorzystywania generatywnej AI w działaniach marketingowych i automatyzacji. Po ukończeniu słuchacze są przygotowani do bezpiecznego i efektywnego wykorzystania AI w pracy w działach związanych z obszarem marketingu internetowego.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Umiejętności: Prowadzi działania z wykorzystaniem AI w kampaniach i strategiach	analizuje wpływ AI na efektywność (kontrola, personalizacja) identyfikuje zastosowanie machine learning w działaniach marketingowych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	monitoruje oraz analizuje efektywność zautomatyzowanych kampanii	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Umiejętności: Projektuje działania z wykorzystaniem AI w e-commerce, analityce internetowej i UX	interpretuje wyniki analiz sentymentu i zachowań klientów ocenia optymalizację doświadczeń użytkowników	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	monitoruje trendy zakupowe i identyfikuje ryzyka wdrożenia AI	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	analizuje ścieżki użytkowników w celu optymalizacji konwersji, wykorzystuje testy A/B interfejsu oparte na AI, interpretuje wskaźniki efektywności UX i obszary do poprawy	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Umiejętności: stosuje AI w reklamie video, mobile marketingu i social mediach	stosuje AI w tworzeniu filmów (video z promptów tekstowych/obrazowych)	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	wykorzystuje proces targetowania i optymalizacji reklam video z użyciem AI	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	zarządzania kampaniami reklamowymi w social media z użyciem AI	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	stosuje NLP w mobile marketingu (np. SMS, aplikacje mobilne)	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Umiejętności: Wykorzystuje AI w Content Marketingu i Email Marketingu	automatyzuje aktualizację danych i treści (webwriting) omawia moderację komentarzy i personalizację treści przy wsparciu AI	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	wykorzystuje narzędzia AI (ChatGPT, Claude, Grammarly) w pracy z tekstem segmentuje listy mailingowe i personalizuje wysyłkę e-maili	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Wiedza: omawia aspekty etyczne, prawne i bezpieczeństwa AI	definiuje kluczowe problemy etyczne związane z AI (selekcja danych, transparentność)	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	wskazuje podstawowe akty prawne (AI Act, RODO) i obowiązki z nich wynikające	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Kompetencje społeczne: efektywnie komunikuje się z klientem aby poznać jego potrzeby marketingowe	omawia z klientem potrzeby marketingowe aby w prawidłowy sposób zaprojektować strategię marketingową.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

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

DZIEŃ I

1. **AI w mobile i cross-channel marketingu** 1 h praktyka 30 min teoria
 - Wykorzystanie chatbotów AI w komunikacji
 - Zastosowanie przetwarzania języka naturalnego (NLP) w mobile marketingu
 - Integracja AI z kanałami komunikacji mobilnej
2. **AI w video marketingu** 1h 30 min (praktyka)
 - Technologie AI w produkcji wideo
 - Fazy produkcji wideo wspierane przez AI
 - Optymalizacja i targetowanie wideo reklam
 - Analiza i efektywność wideo
 - AI w analizie i optymalizacji strategii wideo
3. **AI w social media** 1h 30 min (praktyka)
 - Zrozumienie algorytmów platform społecznościowych
 - Voice of Customer i analiza języka
 - Content Management z wykorzystaniem AI
 - Automatyzacja procesów w social media, analiza trendów i wzorców

DZIEŃ II

1. **AI w content marketingu** 1 h praktyka 30 min teoria
 - Zastosowania AI w content marketingu i webwritingu
 - Narzędzia AI wspierające tworzenie treści
 - Personalizacja i optymalizacja treści
2. **AI w SEM i SEO** 1 h praktyka 30 min teoria
 - Podstawy i zastosowania AI w SEM
 - AI w tworzeniu i zarządzaniu treścią
 - AI w analizie i optymalizacji kampanii
 - Zastosowania AI w działaniach SEO, personalizacja i optymalizacja treści
3. **AI w display i programmatic** 1 h praktyka 30 min teoria
 - Jak w programmaticu wykorzystywana jest Sztuczna Inteligencja?
 - Optymalizacja i automatyzacja kampanii reklamowych
 - Personalizacja i targetowanie w reklamie
 - Wykorzystanie AI w platformach DSP i programmatic buying
 - Generowanie i optymalizacja kreacji graficznych

DZIEŃ III

1. **AI w e-mail marketingu i lead generation** 1 h 30 min (praktyka)
 - Automatyzacja i personalizacja
 - Optymalizacja i segmentacja
 - Narzędzia i technologie
2. **AI w analityce internetowej + UX** 1 h 30 min (praktyka)
 - Optymalizacja UX i ścieżek konwersji
 - Predykcyjna analityka i behavioral targeting
 - Funkcje AI w narzędziach analityki internetowej
3. **AI w e-commerce** 1h 30 min (praktyka)

- zarządzanie zapasami i tworzenie opisów produktowych z wykorzystaniem AI
 - Personalizacja i rekomendacje produktów
 - Analiza danych i zachowań klientów
- Wyzwania i ryzyka związane ze stosowaniem AI w e-commerce
- AI w obsłudze klienta kanału e-commerce

DZIEŃ IV

1. Wprowadzenie do etyki AI 30 min (teoria)

- Podstawowe problemy etyczne związane z korzystaniem ze sztucznej inteligencji (wybór narzędzia, selekcja danych, korzystanie z narzędzia)
- Dobre praktyki zapewniające transparentność w wykorzystywaniu sztucznej inteligencji i zaufanie do biznesu
- Skutki społeczne wynikające z korzystania ze sztucznej inteligencji
- Pozycja człowieka w procesie korzystania ze sztucznej inteligencji i jej wytworów

2. Aspekty prawne 1 h (teoria)

- Pozycja człowieka w procesie korzystania ze sztucznej inteligencji i jej wytworów
- Podstawowe akty prawne regulujące sztuczną inteligencję i korzystanie z niej
- Kluczowe obowiązki wynikające z Aktu w sprawie sztucznej inteligencji (AI Act) w zakresie korzystania ze sztucznej inteligencji
- Przepisy dotyczące ochrony dóbr osobistych w zakresie korzystania ze sztucznej inteligencji i wyników jej działania
- Regulacje dotyczące korzystania z utworów lub znaków towarowych przy używaniu sztucznej inteligencji, kwalifikacja prawnoautorska promptów i wyników działania AI
- Przepisy dotyczące ochrony i przetwarzania danych osobowych przy używaniu sztucznej inteligencji
- Zasady oznaczania treści wytworzonych przez sztuczną inteligencję
- Przepisy dotyczące ochrony konkurencji i konsumentów w zakresie korzystania ze sztucznej inteligencji
- Konsekwencje prawne związane z naruszeniami podstawowych przepisów prawa dotyczących sztucznej inteligencji (AI Act, RODO, kodeks cywilny, prawo autorskie, prawo własności przemysłowej, prawo ochrony konkurencji i konsumentów)

3. Bezpieczeństwo etyczne, prawne i wizerunkowe 45 min (teoria)

- Zasady bezpiecznego i zgodnego z prawem wykorzystania sztucznej inteligencji w projekcie
- Proces oceny bezpieczeństwa i legalności korzystania ze sztucznej inteligencji w projekcie
- Wpływ regulaminów systemów sztucznej inteligencji na zasady korzystania z AI i jej wytworów
- Wpływ regulaminów serwisów internetowych na zasady korzystania ze sztucznej inteligencji i jej wytworów
- Potencjalne ryzyko wizerunkowe przy korzystaniu ze sztucznej inteligencji

4. Sesja pytań i odpowiedzi. Podsumowanie szkolenia 20 min (teoria)

Walidacja test online - 10 min

Warunki niezbędne do spełnienia przez uczestników usługi, aby realizacja usługi pozwoliła na osiągnięcie głównego celu: doświadczenie w operacyjnych działaniach z obszaru e-marketingu/e-commerce/marketingu, aktywność na zajęciach, minimalny poziom frekwencji - 100%.

Godzina szkoleniowa = 45 min.

Przerwy wpisane są w harmonogram szkolenia. Przerwy wliczają się do czasu trwania usługi.

W trakcie usługi trener będzie prowadził szkolenie z wykorzystaniem: rozmowy na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu, case study i ćwiczenia praktyczne.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 21

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 21 AI w mobile i cross-channel marketingu - ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, współdzielenie ekranu,	Konrad Gładkowski	12-12-2025	09:00	10:30	01:30
2 z 21 Przerwa	Konrad Gładkowski	12-12-2025	10:30	10:45	00:15
3 z 21 AI w video marketingu - ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, współdzielenie ekranu,	Kacper Bronisz	12-12-2025	10:45	12:15	01:30
4 z 21 Przerwa	Kacper Bronisz	12-12-2025	12:15	12:45	00:30
5 z 21 AI w social media - ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, współdzielenie ekranu,	Michał Płatek	12-12-2025	12:45	14:15	01:30
6 z 21 AI w content marketingu - ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, współdzielenie ekranu,	Maciej Rutkowski	15-12-2025	09:00	10:30	01:30
7 z 21 Przerwa	Maciej Rutkowski	15-12-2025	10:30	10:45	00:15
8 z 21 AI w SEM i SEO - ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, współdzielenie ekranu,	Roksana Frankowska	15-12-2025	10:45	12:15	01:30
9 z 21 Przerwa	Roksana Frankowska	15-12-2025	12:15	12:45	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
10 z 21 AI w display i programmatic - ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, współdzielenie ekranu,	Kacper Bronisz	15-12-2025	12:45	14:15	01:30
11 z 21 AI w e-mail marketingu i lead generation - ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, współdzielenie ekranu,	Konrad Gładkowski	16-12-2025	09:00	10:30	01:30
12 z 21 Przerwa	Konrad Gładkowski	16-12-2025	10:30	10:45	00:15
13 z 21 AI w analityce internetowej + UX - ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, współdzielenie ekranu,	Aleksander Kożuchowski-Przybyszewski	16-12-2025	10:45	12:15	01:30
14 z 21 Przerwa	Aleksander Kożuchowski-Przybyszewski	16-12-2025	12:15	12:45	00:30
15 z 21 AI w e-commerce - ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, współdzielenie ekranu,	Aleksander Kożuchowski-Przybyszewski	16-12-2025	12:45	14:15	01:30
16 z 21 Wprowadzenie do etyki AI - ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, współdzielenie ekranu,	Dominik Gabor	17-12-2025	09:00	09:30	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
17 z 21 Aspekty prawne - ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, współdzielenie ekranu,	Dominik Gabor	17-12-2025	09:30	10:30	01:00
18 z 21 Przerwa	Dominik Gabor	17-12-2025	10:30	10:45	00:15
19 z 21 Bezpieczeństwo etyczne, prawne i wizerunkowe - ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, współdzielenie ekranu,	Dominik Gabor	17-12-2025	10:45	11:30	00:45
20 z 21 Sesja pytań i odpowiedzi. Podsumowanie szkolenia - ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, współdzielenie ekranu,	Dominik Gabor	17-12-2025	11:30	11:50	00:20
21 z 21 Walidacja	-	17-12-2025	11:50	12:00	00:10

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	4 674,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	3 800,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	186,96 PLN
Koszt osobogodziny netto	152,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 7



1 z 7

Dominik Gabor

W kancelarii Traple Konarski Podrecki i Wspólnicy uczestniczy w pracach zespołu Media Communication & Entertainment. Specjalizuje się w prawie własności intelektualnej oraz prawie nowych technologii. Zapewnia wsparcie prawne klientom świadczącym usługi internetowe przy projektach polegających na wdrożeniu Aktu o Usługach Cyfrowych (Digital Services Act). Ostatnie 5 lat aktywnie działa w branży marketingowej. Staż szkoleniowy w tematyce szkolenia ponad 500 godzin.



2 z 7

Roksana Frankowska

Specjalistka SEO z 6-letnim doświadczeniem. Od 2022 roku związana z agencją KERRIS, gdzie pełni rolę managera zespołu SEO. Na co dzień zajmuje się prowadzeniem projektów e-commerce oraz koordynacją strategii tworzonych przez zespół. Pracuje z rozwiązaniami z zakresu sztucznej inteligencji i automatyzacji, które wspierają efektywność działań SEO. Ostatnie 5 lat aktywnie działa w branży marketingowej. Staż szkoleniowy w tematyce szkolenia ponad 500 godzin.



3 z 7

Kacper Bronisz

Entuzjasta technologii z wieloletnim doświadczeniem w VR, AR i AI. Założyciel startupu prepareme.ai, innowacyjnego startupu rozwijającego rozwiązania oparte na sztucznej inteligencji. Na co dzień łączy rolę marketingowca oraz wykładowcy/szkoleniowca w obszarze AI. Ostatnie 5 lat aktywnie działa w branży marketingowej.



4 z 7

Michał Płatek

Ekspert marketingu internetowego z ponad 15-letnim doświadczeniem. Karierę rozpoczął w 2014 roku jako analityk SEO, rozwijając równolegle praktykę konsultingową. Obecnie współpracuje z międzynarodowymi markami jako konsultant e-commerce i digital, wykorzystując AI w procesach od strategii po analitykę. Współpracował z takimi markami jak Castorama, Media Markt, British Council i Magda Butrym. Dzieli się wiedzą jako prelegent i trener, prowadząc szkolenia i warsztaty z zakresu szeroko pojętego marketingu internetowego. Ostatnie 5 lat aktywnie działa w branży marketingowej.



5 z 7

Maciej Rutkowski

Maciej przez ostatnie 10 lat był odpowiedzialny za budowę, zarządzanie i rozwój międzynarodowych zespołów i produktów w obszarze Data & AI (w Polsce, Wielkiej Brytanii i Niemczech). Współtworzył rozwiązania oparte o dane i sztuczną inteligencję dla dziesiątek polskich i międzynarodowych organizacji, pracując w innowacyjnych zespołach Data & AI firm takich jak Accenture i PwC. Jest doświadczonym trenerem i edukatorem, w latach 2019-2022 pełnił rolę nauczyciela akademickiego i współtwórcy kierunku Data Science w Collegium Civitas w Warszawie. Ostatnie 5 lat aktywnie działa w branży marketingowej. Staż szkoleniowy w tematyce szkolenia ponad 500 godzin.

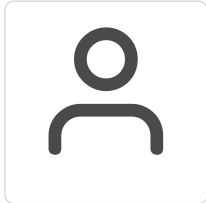


6 z 7

Aleksander Kozuchowski-Przybyszewski



Ekspert ds. produktów cyfrowych. Partner i członek zarządu 300.codes – jednego z najszybciej rozwijających się software-house w Europie Środkowej, specjalizującego się we wdrażaniu technologii skutecznie realizującej cele marketingu i sprzedaży. Head of Digital Products w KERRIS – jednej z największych niesieciowych agencji digital w Polsce, wyróżnionej przez MMP tytułem agencji digital roku 2024. Posiada wieloletnie doświadczenie w zakresie zarządzania procesem wdrażania projektów IT w metodyce zwinnej. Licencjonowany Scrum Master. Absolwent Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie na kierunku eBiznes. Ostatnie 5 lat aktywnie działa w branży marketingowej.



7 z 7

Konrad Gładkowski

Od 15 lat zajmuje się technologią i digitalem. Przeszedł drogę od struktur korporacyjnych przez startupowe, aby finalnie założyć software house specjalizujący się w tworzeniu dedykowanych chatbotów dla działów marketingu i obsługi klienta, wykorzystujących NLP (przetwarzanie języka naturalnego). Z jego rozwiązań korzystały setki tysięcy Polaków za sprawą projektów dla Ministerstwa Zdrowia czy firm takich jak Disney, Danone, H&M. Jako wykładowca studiów podyplomowych na SGH dzieli się wiedzą w obszarze zwiększania produktywności i efektywności dzięki zastosowaniu AI, automatyzacji i rozwiązań no-code. Ostatnie 5 lat aktywnie działa w branży marketingowej. Staż szkoleniowy w tematyce szkolenia ponad 500 godzin.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymują:

- materiały autorskie, opracowane przez wykładowców-praktyków, udostępniane uczestnikom drogą online
- prezentację materiałów z internetu (serwisy www, infografiki, materiały multimedialne, filmy)
- bazę wiedzy: linki do serwisów i portali
- case study (najciekawsze przykłady z doświadczenia szkoleniowca)
- linki do publikacji branżowych IAB Polska

Po szkoleniu uczestnicy otrzymają w formie elektronicznej zaświadczenie o ukończeniu szkolenia (pod warunkiem min. 100% frekwencji).

Warunki uczestnictwa

Przed zapisaniem się proszę o kontakt szkolenia@dimaq.eu w celu potwierdzenia terminu i dostępności miejsc dla Uczestników.

Warunkiem uczestnictwa jest rejestracja i założenie konta w BUR, dokonanie zapisu na szkolenie za pośrednictwem BUR oraz spełnienie wszystkich warunków określonych przez Operatora.

Informacje dodatkowe

Usługa szkoleniowa (nie dotyczy doradztwa) jest zwolniona z podatku VAT w przypadku, kiedy przedsiębiorstwo zwolnione jest z podatku VAT lub dofinansowanie wynosi co najmniej 70%. W innej sytuacji do ceny netto doliczany jest podatek VAT w wysokości 23%.

Zapraszamy na inne szkolenia z e-marketingu, dostępne na stronie: www.dimaq.pl. Szkolenie może być również zorganizowane w formie szkolenia zamkniętego - na potrzeby konkretnego przedsiębiorstwa.

Warunki techniczne

Szkolenie będzie dostępne na platformie Zoom, Teams lub LiveWebinar. Każdy z uczestników dostanie link do szkolenia.

Minimalne wymagania sprzętowe, jakie musi spełniać komputer Uczestnika lub inne urządzenie do zdalnej komunikacji - system operacyjnych Windows, macOS i Linux, zalecany: procesor dwurdzeniowy o taktowaniu co najmniej 2 Ghz (Intel i3/i5/i7 lub ekwiwalent AMD), pamięć RAM - 4 Gb

Minimalne wymagania dotyczące parametrów łącza sieciowego, jakim musi dysponować Uczestnik: dla audio 256 kb/s, Video w wersji HD – 4Mb/s – to są parametry górne graniczne.

System dopasowuje się do łącza i działa na każdych dostępnych parametrach.

Wymagane kamera i mikrofon.

Link umożliwiający uczestnictwo w spotkaniu on-line będzie aktywny przez cały okres trwania kursu.

Zgodnie z wytycznymi PARP będzie monitorowany czas zalogowania do platformy uczestników szkolenia.

Kontakt



Agnieszka Fabianowicz

E-mail a.fabianowicz@dimaq.eu

Telefon (+48) 515 992 599