



Fundacja Rozwoju
Inteligentnych
Specjalizacji

★★★★★ 5,0 / 5

2 553 oceny

Marketing przyszłości: budowanie strategii w erze sztucznej inteligencji

Numer usługi 2025/09/11/50129/3002136

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 22 h

📅 29.09.2025 do 09.10.2025

4 796,00 PLN brutto

4 796,00 PLN netto

218,00 PLN brutto/h

218,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Grupa docelowa usługi	Grupę docelową szkolenia „Marketing przyszłości: budowanie strategii w erze sztucznej inteligencji” stanowią właściciele firm, prezesi i kierownicy działów marketingu oraz sprzedaży, odpowiedzialni za rozwój i strategię organizacji, oraz inni pracownicy firm. To osoby zainteresowane wykorzystaniem sztucznej inteligencji w działaniach marketingowych, poszukujące nowoczesnych narzędzi, które zwiększą efektywność i konkurencyjność firmy. Szkolenie jest skierowane do pracowników firm otwartych na innowacje i gotowych wdrażać zmiany technologiczne w swoich zespołach.
Minimalna liczba uczestników	2
Maksymalna liczba uczestników	16
Data zakończenia rekrutacji	28-09-2025
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	22
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Standard Usług Szkoleniowo-Rozwojowych SUS 3.0

Cel

Cel edukacyjny

Wypożyczenie 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 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 - prezentacja	Marcin Lenkiewicz	29-09-2025	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 - prezentacja	Marcin Lenkiewicz	29-09-2025	09:00	10:00	01:00
3 z 25 Marketing przyszłości – trendy i zmiany: trendy technologiczne, społeczne i środowiskowe wpływające na marketing - prezentacja	Marcin Lenkiewicz	29-09-2025	10:00	11:00	01:00
4 z 25 Budowanie przewagi konkurencyjnej przez strategię marketingową: kluczowe komponenty nowoczesnej strategii marketingowej - prezentacja	Marcin Lenkiewicz	29-09-2025	11:00	12:00	01:00
5 z 25 Przerwa	Marcin Lenkiewicz	29-09-2025	12:00	12:15	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
6 z 25 Budowanie przewagi konkurencyjnej przez strategię marketingową: pozycjonowanie marki w warunkach zmienności rynkowej - prezentacja	Marcin Lenkiewicz	29-09-2025	12:15	13:00	00:45
7 z 25 Budowanie przewagi konkurencyjnej przez strategię marketingową: nowe formy konkurencji i zmieniające się granice rynku - prezentacja	Marcin Lenkiewicz	29-09-2025	13:00	14:00	01:00
8 z 25 Zarządzanie informacją i podejmowanie decyzji na podstawie danych: modelowanie decyzyjne w marketingu - od intuicji do predykcji - prezentacja	Marcin Lenkiewicz	29-09-2025	14:00	15:00	01:00
9 z 25 Zarządzanie informacją i podejmowanie decyzji na podstawie danych: Źródła danych i ich wiarygodność - prezentacja	Marcin Lenkiewicz	29-09-2025	15:00	16:00	01:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
10 z 25 Zarządzanie informacją i podejmowanie decyzji na podstawie danych: systemy dashboardowe, KPI i mierniki skuteczności strategii - prezentacja	Marcin Lenkiewicz	30-09-2025	08:00	09:00	01:00
11 z 25 Projektowanie modeli operacyjnych marketingu: marketing jako system - struktura procesowa, role, workflow - chat gpt, rozmowa na żywo	Marcin Lenkiewicz	30-09-2025	09:00	10:00	01:00
12 z 25 Projektowanie modeli operacyjnych marketingu: planowanie kampanii z uwzględnieniem zasobów, budżetów i kanałów - chat gpt, rozmowa na żywo	Marcin Lenkiewicz	30-09-2025	10:00	11:00	01:00
13 z 25 Projektowanie modeli operacyjnych marketingu: zintegrowane planowanie działań (media, produkt, promocja, dystrybucja) - chat gpt, rozmowa na żywo	Marcin Lenkiewicz	30-09-2025	11:00	12:00	01:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
14 z 25 Przerwa	Marcin Lenkiewicz	30-09-2025	12:00	12:15	00:15
15 z 25 Nowe kompetencje liderów marketingu: kompetencje przyszłości - analityczne, projektowe, komunikacyjne, strategiczne - chat gpt, rozmowa na żywo	Marcin Lenkiewicz	30-09-2025	12:15	13:00	00:45
16 z 25 Nowe kompetencje liderów marketingu: współpraca interdyscyplinarna (z IT, strategią, ESG, sprzedażą) - chat gpt, rozmowa na żywo	Marcin Lenkiewicz	30-09-2025	13:00	14:00	01:00
17 z 25 Nowe kompetencje liderów marketingu: budowanie kultury innowacji i odporności organizacyjnej - chat gpt, rozmowa na żywo	Marcin Lenkiewicz	30-09-2025	14:00	15:00	01:00
18 z 25 Technologiczne komponenty strategii – w tym AI, ale nie tylko: miejsce sztucznej inteligencji w ekosystemie narzędzi marketingowych - chat gpt, rozmowa na żywo	Marcin Lenkiewicz	30-09-2025	15:00	16:00	01:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
19 z 25 Technologiczne komponenty strategii – w tym AI, ale nie tylko: automatyzacja kampanii, wykorzystanie AI do generowania treści, predykcji i segmentacji - chat gpt, rozmowa na żywo	Marcin Lenkiewicz	01-10-2025	08:00	09:00	01:00
20 z 25 Technologiczne komponenty strategii – w tym AI, ale nie tylko: porównanie AI z innymi technologiami wspierającymi - chat gpt, rozmowa na żywo	Marcin Lenkiewicz	01-10-2025	09:00	10:00	01:00
21 z 25 Etyka, transparentność i ryzyka związane z AI w marketingu: etyczne aspekty wykorzystania AI w strategiach marketingowych - prezentacja	Marcin Lenkiewicz	01-10-2025	10:00	11:00	01:00
22 z 25 Etyka, transparentność i ryzyka związane z AI w marketingu: identyfikacja ryzyk technologicznych , operacyjnych i wizerunkowych - prezentacja	Marcin Lenkiewicz	01-10-2025	11:00	12:00	01:00
23 z 25 Przerwa	Marcin Lenkiewicz	01-10-2025	12:00	12:15	00:15

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

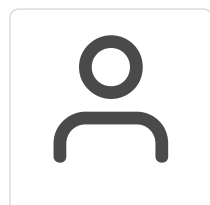
Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	4 796,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	4 796,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	218,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	218,00 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 dostępne 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 - 09.10.2025 o godzinie 13:05.

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