



Humanza Mirosław
Jarmakowicz

★★★★★ 4,9 / 5

233 oceny

SOCIAL MEDIA, MARKA & AI – MARKETING W ERZE SZTUCZNEJ INTELIGENCJI - SZKOLENIE ON-LINE W CZASIE RZECZYWISTYM

Numer usługi 2026/01/05/128771/3238903

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 26 h

📅 18.02.2026 do 21.03.2026

4 900,00 PLN brutto

4 900,00 PLN netto

188,46 PLN brutto/h

188,46 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Szkolenie skierowane są zarówno do osób indywidualnych, które chcą rozwijać swoje kompetencje z własnej inicjatywy, jak i do pracowników oraz właścicieli firm odpowiedzialnych za promocję biznesu czy budowanie wizerunku online. Uczestnikami mogą być również osoby planujące rozpocząć pracę w obszarze social media marketingu. Skorzystają:

- pracownicy działów marketingu,
- freelancerzy i specjaliści działający na własną rękę,
- wirtualne asystentki wspierające przedsiębiorców,
- osoby zainteresowane nowymi trendami w komunikacji online,
- właściciele małych i średnich firm, którzy chcą samodzielnie prowadzić działania promocyjne.

Minimalna liczba uczestników

3

Maksymalna liczba uczestników

15

Data zakończenia rekrutacji

17-02-2026

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

Liczba godzin usługi

26

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Certyfikat systemu zarządzania jakością wg. ISO 9001:2015 (PN-EN ISO 9001:2015) - w zakresie usług szkoleniowych

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje do samodzielnego prowadzenia profili firmowych w mediach społecznościowych – w szczególności na Instagramie i Facebooku – oraz do planowania strategii marketingowej dla biznesu. Uczy jak optymalizować pracę przy użyciu narzędzi AI.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Samodzielnie tworzy i prowadzi profesjonalny profil marki w social mediach (IG/FB)	Poprawnie konfiguruje profil biznesowy, opracowuje bio, wyróżnienia i spójną identyfikację wizualną. Formułuje wartości i USP marki, rozumie rolę archetypu i storytellingu w komunikacji.	Test teoretyczny
Planuje, tworzy i promuje angażujące treści z wykorzystaniem AI	Opracowuje plan publikacji, tworzy posty, stories i krótkie wideo zgodnie z zasadami designu i psychologii odbiorcy. Wykorzystuje AI do generowania treści, grafik i analiz rynku.	Analiza dowodów i deklaracji
Projektuje i optymalizuje kampanie reklamowe w Meta Ads, łącząc działania płatne i organiczne	Przygotowuje prosty lejek marketingowy, konfiguruje kampanię reklamową z poprawnie dobranym celem, budżetem i grupą odbiorców. Wskazuje typowe błędy i sposoby ich unikania.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych

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

Moduł 1. Fundamenty obecności i strategia marki w social mediach

- Wprowadzenie do marketingu w social mediach: psychologia odbiorcy vs. algorytmy.
- Analiza przykładów skutecznych postów i reklam – co buduje uwagę i zaufanie.
- Obalanie mitów o social mediach i ich algorytmach.
- Podstawy obecności online: rola profilu biznesowego, spójność wizualna, bio, pierwsze wrażenie.
- Definiowanie marki: wartości, USP, głos komunikacji, archetyp marki.
- Jak budować markę i lojalną społeczność wokół biznesu.
- Ćwiczenia praktyczne: analiza profili, przygotowanie bio i opisu marki.
- Walidacja: omówienie przykładów i indywidualny feedback.

Moduł 2. Budowanie społeczności i strategia marketingowa

- Czym jest brand awareness i jak ją budować w sieci.
- Rola emocji i autentyczności w komunikacji.
- Identyfikacja potrzeb klienta i problemów, które marka rozwiązuje.
- Tworzenie fundamentów marki bez wypalenia zawodowego.
- Wprowadzenie do lejków marketingowych: ścieżka klienta od obserwatora do zakupu.
- Rola treści organicznych i reklamowych – jak je łączyć.
- Ćwiczenia praktyczne: opracowanie USP i prostego lejka marki.
- Walidacja: prezentacja efektów pracy w grupie.

Moduł 3. Tworzenie angażujących treści i storytelling

- Rodzaje treści w social mediach (posty, stories, reels, live).
- Co działa na zasięgi, zaangażowanie i sprzedaż.
- Planowanie treści – filary contentu, kalendarz publikacji, recycling treści.
- Storytelling i język marki – jak pisać, żeby angażować.
- CTA (wezwanie do działania): jak budować zaangażowanie bez nachalnej sprzedaży.
- Ćwiczenia: tworzenie planu publikacji i przykładowych postów.
- Walidacja: analiza i omówienie treści w grupach.

Moduł 4. Grafika i wideo w praktyce

- Zasady projektowania prostych grafik i materiałów wideo w Canvie.
- Tworzenie postów, karuzeli i stories zgodnych z identyfikacją marki.
- Jak nagrywać reelsy – technika, światło, format, publikacja.
- Ćwiczenia praktyczne: przygotowanie grafiki i krótkiego materiału wideo.
- Walidacja: prezentacja efektów i omówienie wyników.

Moduł 5. Reklamy i sprzedaż w social mediach

- Wprowadzenie do Meta Ads: różnice między promowaniem postów a Ads Managerem.
- Cele reklamowe i typy kampanii – od budowania świadomości po konwersję.
- Dobór grupy docelowej, budżetu i harmonogramu.
- Testowanie kampanii (A/B testy) i optymalizacja wyników.
- Najczęstsze błędy w reklamach i sposoby ich unikania.
- Ćwiczenia praktyczne: tworzenie kampanii w parach.
- Walidacja: analiza projektów reklamowych i omówienie błędów.
- Jak łączyć reklamy z treściami organicznymi w spójną strategię.
- Retargeting i budowanie relacji z odbiorcami.
- Reklamy wspierające newslettery, landing page i sprzedaż.
- Tworzenie mini lejka sprzedażowego.
- Plan działań na 30 dni – podsumowanie i mastermind grupowy.
- Walidacja: prezentacja planów i dyskusja.

Moduł 6. Wprowadzenie do sztucznej inteligencji w marketingu

- Jak AI zmienia tworzenie treści i komunikację w social mediach.
- Przegląd narzędzi AI wspierających pracę marketera.
- Rola prompt engineeringu – jak formułować skuteczne polecenia.
- ChatGPT vs. Gemini – mocne strony i ograniczenia.

- Ćwiczenia praktyczne: tworzenie skutecznych promptów i analiza wyników.
- Walidacja: omówienie efektów pracy.

Moduł 7. Praktyczne zastosowania AI w marketingu i analizie

- Tworzenie treści z pomocą AI – posty, hasła, opisy, kampanie.
- Generowanie i edycja grafik oraz krótkich filmów promocyjnych z użyciem AI.
- Narzędzia do analizy rynku, buyer persony i SWOT z wykorzystaniem AI.
- Automatyzacja planowania treści i harmonogramów publikacji.
- Ćwiczenia praktyczne: opracowanie kampanii z wykorzystaniem AI.
- Podsumowanie i końcowa walidacja umiejętności.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 27

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 27 Moduł 1. Fundamenty obecności i strategia marki w social mediach	Karolina Karewicz	18-02-2026	17:00	18:30	01:30
2 z 27 przerwa	Karolina Karewicz	18-02-2026	18:30	18:45	00:15
3 z 27 Fundamenty obecności i strategia marki w social mediach	Karolina Karewicz	18-02-2026	18:45	20:15	01:30
4 z 27 Moduł 2. Budowanie społeczności i strategia marketingowa	Karolina Karewicz	21-02-2026	13:00	14:30	01:30
5 z 27 przerwa	Karolina Karewicz	21-02-2026	14:30	14:45	00:15
6 z 27 Budowanie społeczności i strategia marketingowa	Karolina Karewicz	21-02-2026	14:45	15:45	01:00
7 z 27 Moduł 3. Tworzenie angażujących treści i storytelling	Karolina Karewicz	25-02-2026	17:00	18:30	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
8 z 27 Przerwa	Karolina Karewicz	25-02-2026	18:30	18:45	00:15
9 z 27 Tworzenie angażujących treści i storytelling	Karolina Karewicz	25-02-2026	18:45	20:15	01:30
10 z 27 Moduł 4. Grafika i wideo w praktyce	Karolina Karewicz	02-03-2026	17:00	18:30	01:30
11 z 27 przerwa	Karolina Karewicz	02-03-2026	18:30	18:45	00:15
12 z 27 Grafika i wideo w praktyce	Karolina Karewicz	02-03-2026	18:45	20:15	01:30
13 z 27 Moduł 5. Reklamy i sprzedaż w social mediach	Karolina Karewicz	07-03-2026	13:00	15:00	02:00
14 z 27 przerwa	Karolina Karewicz	07-03-2026	15:00	15:30	00:30
15 z 27 Reklamy i sprzedaż w social mediach	Karolina Karewicz	07-03-2026	15:30	17:00	01:30
16 z 27 Reklamy i treści organiczne	Karolina Karewicz	11-03-2026	00:00	20:15	20:15
17 z 27 Moduł 6. Reklamy i treści organiczne	Karolina Karewicz	11-03-2026	17:00	18:30	01:30
18 z 27 przerwa	Karolina Karewicz	11-03-2026	18:30	18:45	00:15
19 z 27 Moduł 7. Wprowadzenie i omówienie AI w marketingu i social mediach	-	16-03-2026	16:00	17:30	01:30
20 z 27 przerwa	-	16-03-2026	17:30	17:45	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
21 z 27 Wprowadzenie i omówienie i marketingu i social mediach	-	16-03-2026	17:45	19:15	01:30
22 z 27 Moduł 8. Praktyczne zastosowania AI w tworzeniu treści i analizie	-	21-03-2026	09:00	11:00	02:00
23 z 27 przerwa	-	21-03-2026	11:00	11:30	00:30
24 z 27 Optymalizacja z AI	-	21-03-2026	11:30	13:00	01:30
25 z 27 przerwa	-	21-03-2026	13:00	13:30	00:30
26 z 27 Cyberbezpieczeństwo	-	21-03-2026	13:30	14:30	01:00
27 z 27 Walidacja	-	21-03-2026	14:30	15:00	00:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	4 900,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	4 900,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	188,46 PLN
Koszt osobogodziny netto	188,46 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Karolina Karewicz

Karolina Karewicz – psycholożka, trenerka komunikacji i marketingu cyfrowego. Psycholożka z dyplomem zdobytym w Wielkiej Brytanii oraz solopresiębiorczyni z ponad 12-letnim doświadczeniem w prowadzeniu własnej marki (Karo Tashi Mindfulness). Specjalizuje się w autentycznym i etycznym marketingu, łącząc wiedzę z zakresu psychologii z praktyką budowania marki osobistej i komunikacji online. Przez lata samodzielnie tworzyła i rozwijała swoją działalność, zdobywając doświadczenie w zakresie marketingu, budowania społeczności, kampanii reklamowych, grafiki i content marketingu. Ukończyła intensywne szkolenie z marketingu cyfrowego u Marcina Morawskiego – wielokrotnie nagradzanego dyrektora marketingu Dell Polska. Obecnie prowadzi szkolenia i konsultacje z zakresu marketingu, strategii marki oraz komunikacji w mediach społecznościowych, pomagając przedsiębiorcom działać skutecznie, autentycznie i w zgodzie z własnymi wartościami.

Szkoleniowiec prowadzący usługę posiada ponad 5 lat doświadczenia zawodowego w obszarze zgodnym z tematyką usługi.

Doświadczenie to spełnia wymogi potencjału kadrowego Bazy Usług Rozwojowych, tj. zostało zdobyte nie wcześniej niż 5 lat przed datą publikacji usługi w BUR oraz jest adekwatne do zakresu i charakteru realizowanej usługi rozwojowej.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy szkolenia otrzymują komplet praktycznych materiałów w formie elektronicznej, wspierających samodzielne wdrażanie zdobytej wiedzy w codziennej pracy:

1. **Prezentacje z każdego modułu** – w formacie PDF, zawierające najważniejsze treści, przykłady i dobre praktyki z zakresu marketingu, komunikacji i wykorzystania AI.
2. **Zeszyt ćwiczeń (Workbook)** – zestaw praktycznych zadań, notatek i kart pracy do realizacji podczas zajęć oraz samodzielnej pracy po szkoleniu.
3. **Checklisty i szablony marketingowe** – gotowe wzory bio, planów publikacji, opisów postów, lejków sprzedażowych oraz harmonogramów działań.
4. **Poradnik „AI w Social Media”** – praktyczny e-book z przykładami promptów do ChatGPT i Gemini, zestawem narzędzi AI do tworzenia treści, grafik i analiz.
5. **Dostęp do nagrań wybranych fragmentów szkolenia (dla uczestników online)** – możliwość powrotu do kluczowych zagadnień i powtórzenia ćwiczeń.
6. **Lista rekomendowanych narzędzi i aplikacji** – zestaw sprawdzonych, darmowych i płatnych narzędzi wspierających tworzenie treści, analizę danych i automatyzację pracy.
7. **Certyfikat ukończenia szkolenia** – potwierdzający zdobycie kompetencji w zakresie marketingu cyfrowego i wykorzystania sztucznej inteligencji w praktyce.

Po usłudze rozwojowej uczestnik otrzyma zaświadczenie ukończenia szkolenia. Ukończenie szkolenia rozumiane jest jako obecność na **minimum 80%** zajęć przewidzianych programem.

Warunki uczestnictwa

Szkolenie jest otwarte zarówno dla osób początkujących, jak i dla tych, które miały już styczność ze strategiami rozwoju w mediach społecznościowych. Aby w pełni wykorzystać zajęcia, uczestnik powinien posiadać:

- znajomość obsługi komputera na poziomie średniozaawansowanym,
- umiejętność korzystania z kamery i aparatu w telefonie na poziomie średniozaawansowanym,
- podstawowe doświadczenie w pracy z programami do edycji wideo (również na poziomie średniozaawansowanym).

Warunki techniczne

Szkolenie realizowane jest w formie zdalnej, w czasie rzeczywistym, z wykorzystaniem platformy wideokonferencyjnej (np. Zoom, Google Meet lub Microsoft Teams).

Uczestnik powinien dysponować: komputerem lub laptopem z dostępem do Internetu o stabilnym łączu (min. 10 Mb/s), kamerą internetową i mikrofonem umożliwiającymi aktywny udział w zajęciach, aktualną przeglądarką internetową (Google Chrome, Microsoft Edge, Firefox lub Safari), dostępem do konta e-mail w celu otrzymania materiałów szkoleniowych i linku do spotkania.

Zajęcia prowadzone są w formie interaktywnej, z wykorzystaniem udostępniania ekranu, czatu oraz sesji pytań i odpowiedzi (Q&A). Uczestnicy mają możliwość pracy warsztatowej z trenerem, wykonywania ćwiczeń w czasie rzeczywistym oraz korzystania z narzędzi online udostępnionych podczas zajęć

Kontakt



MATEUSZ JARMAKOWICZ

E-mail mateusz.jarmakowicz@gmail.com

Telefon (+48) 515 271 985