



DARTRADE Daria
Wrukowska

★★★★★ 5,0 / 5

622 oceny

Facebook w Biznesie - wykorzystanie AI do wdrażania narzędzi i automatyzacji procesów sprzedażowych w Meta Business Suite celu zwiększenia konkurencyjności i stabilności zatrudnienia. Krajowy Fundusz Szkolniowy 100% dofinansowania dla firm

Numer usługi 2026/01/07/123645/3243407

📍 Szczecin / mieszana (stacjonarna połączona z usługą zdalną)

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 66 h

📅 02.03.2026 do 09.03.2026

6 500,00 PLN brutto

6 500,00 PLN netto

98,48 PLN brutto/h

98,48 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Sprzedaż

Dla kogo dedykowane jest szkolenie?

- osoby na samozatrudnieniu (100% dofinansowania)
- przedsiębiorcy zatrudniający pracowników (100% dofinansowania)
- pracownicy zatrudnieni na umowę o pracę (100% dofinansowania)
- pracownicy zatrudnieni na umowę zlecenie (100% dofinansowania)

Grupa docelowa usługi

Dla wszystkich właścicieli przedsiębiorstw oraz ich pracowników, którzy chcą rozwijać swoje umiejętności z zakresu kompetencji dot. tworzenia kampanii reklamowych na Facebooku oraz marketingu. Dla osób, które oraz którzy pragną zdobyć nowe umiejętności, planują się przebranżowić lub chcą doskonalić swoje umiejętności. Szkolenie dedykujemy osobom chcących podwyższyć swoje kwalifikacje i kompetencje zawodowe z własnej inicjatywy.

100% dofinansowania bez względu na wielkość firmy.

Minimalna liczba uczestników

5

Maksymalna liczba uczestników

15

Data zakończenia rekrutacji

01-03-2026

Forma prowadzenia usługi

mieszana (stacjonarna połączona z usługą zdalną)

Liczba godzin usługi

66

Cel

Cel edukacyjny

Celem szkolenia jest przygotowanie uczestnika do samodzielnego i efektywnego wykorzystania narzędzi Meta (Facebook, Instagram, Messenger) z zastosowaniem AI i automatyzacji procesów sprzedażowych. Uczestnik nauczy się planować, wdrażać i optymalizować kampanie reklamowe, zarządzać budżetem oraz analizować dane, by zwiększyć skuteczność marketingu i budować profesjonalną obecność marki w mediach społecznościowych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
--------------------	----------------------	------------------

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik: 1. Zna zaawansowane zasady funkcjonowania Facebooka jako kanału sprzedażowo-marketingowego, rozumie rolę algorytmów AI oraz aktualne trendy, statystyki i standardy działań biznesowych w ekosystemie Meta. 2. Rozumie strukturę i logikę działania Meta Business Suite (Menedżera Firmy), w tym konfigurację kont reklamowych, zasobów, uprawnień, metod rozliczeń oraz automatyzacji procesów. 3. Posiada wiedzę z zakresu strategii targetowania i remarketingu, zna różnice pomiędzy grupami odbiorców (standardowe, niestandardowe, podobne/lookalike) oraz rozumie ich zastosowanie w zautomatyzowanych lejach sprzedażowych. 4. Zna zasady projektowania kompleksowych strategii pozyskiwania klientów, z wykorzystaniem narzędzi AI, automatyzacji komunikacji, obsługi klienta oraz reagowania na sytuacje kryzysowe w mediach społecznościowych. 5. Rozumie działanie piksela Meta (Facebook Pixel), zdarzeń standardowych i niestandardowych, a także metody śledzenia konwersji, w tym API Conversions, oraz ich rolę w automatycznej optymalizacji kampanii. 6. Posiada wiedzę z zakresu projektowania i wdrażania kampanii reklamowych, tworzenia skutecznych kreacji i tekstów reklamowych oraz doboru formatów wspieranych algorytmami AI. 7. Zna metody analizy i optymalizacji kampanii reklamowych, rozumie znaczenie kluczowych wskaźników efektywności (KPI), takich jak CTR, CPA, ROAS, częstotliwość, konwersje, oraz potrafi interpretować dane w celu automatyzacji decyzji marketingowych. 8. Zna nowoczesne podejścia do działań reklamowych w Meta, w tym kampanie automatyczne (np. Advantage+), reklamy wideo, kampanie zasięgowe i świadomościowe oraz strategię budowania długofalowej obecności marki.	Uczestnik: • wyjaśnia zasady funkcjonowania Facebooka jako narzędzia sprzedażowego i marketingowego oraz omawia rolę algorytmów AI w optymalizacji kampanii, • wskazuje elementy Meta Business Suite, opisuje ich funkcje i poprawnie określa zastosowanie poszczególnych ustawień konta reklamowego, • charakteryzuje rodzaje grup odbiorców (standardowe, niestandardowe, remarketingowe, lookalike) i wyjaśnia ich zastosowanie w automatycznych lejach sprzedażowych, • opisuje strategię pozyskiwania klientów oraz zasady prowadzenia zautomatyzowanej komunikacji i obsługi klienta, • wyjaśnia działanie piksela Meta, zdarzeń oraz zasad monitorowania konwersji i atrybucji danych, • wskazuje elementy skutecznej reklamy, zna zasady tworzenia kreacji i tekstów reklamowych wspieranych przez AI, • wyjaśnia kluczowe wskaźniki efektywności kampanii oraz ich znaczenie dla optymalizacji i automatyzacji działań sprzedażowych, • omawia aktualne trendy reklamowe w Meta, w tym wykorzystanie kampanii automatycznych, reklam wideo oraz strategii budowania świadomości marki.	Test teoretyczny

Cel biznesowy

Celem biznesowym szkolenia „Facebook w Biznesie – wykorzystanie AI do wdrażania narzędzi i automatyzacji procesów sprzedażowych w Meta Business Suite w celu zwiększenia konkurencyjności i stabilności zatrudnienia” jest zwiększenie konkurencyjności przedsiębiorstw poprzez podniesienie skuteczności procesów sprzedażowych i marketingowych realizowanych w ekosystemie Meta (Facebook, Instagram, Messenger), z wykorzystaniem narzędzi opartych na sztucznej inteligencji oraz automatyzacji działań.

Szkolenie ma na celu wyposażenie uczestników w praktyczne umiejętności umożliwiające samodzielne planowanie, wdrażanie i optymalizację kampanii reklamowych oraz procesów sprzedażowych, co przekłada się na wzrost sprzedaży, efektywniejsze pozyskiwanie klientów, obniżenie kosztów działań reklamowych oraz zwiększenie zwrotu z inwestycji (ROAS). Dzięki zastosowaniu automatyzacji i algorytmów AI uczestnicy uczą się podejmować decyzje biznesowe w oparciu o dane, a nie intuicję.

Realizacja celu biznesowego szkolenia przyczynia się również do poprawy jakości obsługi klienta, skrócenia czasu reakcji na zapytania, lepszego zarządzania relacjami z odbiorcami oraz budowania spójnego i profesjonalnego wizerunku marki w mediach społecznościowych. Jednocześnie szkolenie wspiera rozwój kompetencji pracowników w zakresie nowoczesnych technologii cyfrowych, co zwiększa ich efektywność zawodową, elastyczność na rynku pracy oraz stabilność zatrudnienia.

W efekcie wdrożenia zdobytej wiedzy i umiejętności pozwala przedsiębiorstwom na długofalowy rozwój, lepsze wykorzystanie budżetów marketingowych oraz skuteczne konkurowanie w środowisku cyfrowym.

Efekt usługi

1. Przygotowanie techniczne (konfiguracja)

- Poprawnie konfiguruje Menedżera Firmy, konto reklamowe oraz ustawia kluczowe parametry rozliczeniowe.
- Instaluje i weryfikuje prawidłowe działanie piksela Facebooka oraz zdarzeń konwersji, uwzględniając integrację z systemami AI.

1. Planowanie i budowa kampanii z wykorzystaniem AI

- Dobiera cele reklamowe odpowiadające efektom biznesowym (zasięg, konwersje, sprzedaż, leady) z uwzględnieniem automatyzacji i algorytmów AI.
- Tworzy zestawy reklam, wykorzystując precyzyjne targetowanie, segmentację odbiorców (standardowe, niestandardowe, lookalike) wspierane narzędziami AI.
- Ustala optymalny budżet i harmonogram kampanii, stosując rekomendacje systemów automatyzujących.

1. Tworzenie i optymalizacja kreacji reklamowej

- Projektuje grafiki i treści reklamowe zgodnie z zasadami efektywnego designu, wspierając się narzędziami AI do tworzenia kreacji.
- Opracowuje przekonujące teksty reklamowe zawierające nagłówki, opis, wyróżnik oferty oraz wezwanie do działania.

1. Uruchomienie, monitoring i analiza kampanii

- Uruchamia kampanię w Meta Business Suite i monitoruje jej wyniki (CTR, CPC, CPA, ROAS, częstotliwość) z wykorzystaniem narzędzi AI do analizy danych.
- Na podstawie raportów wskazuje co najmniej dwie rekomendacje optymalizacyjne, wykorzystując możliwości automatycznej optymalizacji.

1. Strategiczne zarządzanie kampanią i automatyzacją

- Projektuje efektywny lejek sprzedażowy z zastosowaniem automatycznych kampanii i remarketingu sterowanego AI (np. kampanie Advantage Plus).
- Dobiera odpowiednie formaty reklamowe (video, grafika, post sponsorowany, kampanie zasięgowe), zgodnie z celami biznesowymi i algorytmami platformy.

1. Komunikacja i zarządzanie wizerunkiem

- Skutecznie reaguje na sytuacje kryzysowe w komentarzach i postach, stosując strategię rekomendowaną przez narzędzia AI.
- Tworzy komunikaty marketingowe zgodne z wizerunkiem marki i rekomendacjami systemów analizy nastrojów odbiorców.

1. Walidacja formalna

- Zdaje test końcowy obejmujący zagadnienia techniczne, strategiczne i wykorzystanie AI w kampaniach.
- Prezentuje kampanię demonstracyjną (kreacja, tekst, grupa odbiorców, ustawienia automatyzacji), ocenianą przez trenera pod kątem zgodności z założeniami i efektywności.

Metoda potwierdzenia osiągnięcia efektu usługi

Potwierdzenie osiągnięcia efektów usługi następuje poprzez realizację zadań praktycznych oraz test wewnętrzny, obejmujących wdrożenie narzędzi opartych na sztucznej inteligencji i automatyzacji procesów sprzedażowych w Meta Business Suite. Zadanie praktyczne: stworzenie schematu reklamy oraz test wewnętrzny.

1. Zadanie praktyczne – stworzenie kampanii reklamowej z wykorzystaniem AI

Uczestnik przygotowuje kompletną kampanię demonstracyjną w Meta Ads Manager (Menedżerze Reklam), obejmującą:

- konfigurację celu kampanii reklamowej adekwatnego do założeń biznesowych (np. sprzedaż, pozyskanie leadów, konwersje),
- dobór grupy odbiorców z wykorzystaniem narzędzi automatycznych i algorytmów AI (grupy niestandardowe, remarketingowe, podobnych odbiorców – lookalike),
- przygotowanie kreacji reklamowej (grafika i tekst) z zastosowaniem zasad skutecznej komunikacji sprzedażowej oraz narzędzi wspieranych przez AI,
- ustawienie budżetu, harmonogramu oraz automatycznych strategii optymalizacji,
- uruchomienie zestawu reklam w środowisku testowym lub demonstracyjnym.

Ocena: trener weryfikuje poprawność konfiguracji kampanii, zgodność z założeniami szkolenia oraz adekwatność zastosowanych rozwiązań automatycznych i wskaźników efektywności.

2. Zadanie techniczne – konfiguracja piksela i zdarzeń konwersji

Uczestnik wykonuje samodzielnie lub opisuje krok po kroku:

- instalację piksela Meta (Facebook Pixel),
- konfigurację zdarzeń standardowych i niestandardowych,
- weryfikację poprawności działania zdarzeń oraz integracji z systemami automatycznej optymalizacji (np. API Conversions).

Ocena: poprawność konfiguracji oceniana na podstawie listy kontrolnej oraz zgodności z dobrymi praktykami technicznymi.

3. Analiza i optymalizacja wyników kampanii

Uczestnik analizuje przedstawione dane kampanii reklamowej, obejmujące m.in.: CTR, CPC, CPA, ROAS, częstotliwość oraz liczbę konwersji.

Na podstawie wyników uczestnik:

- interpretuje dane efektywności,
- wskazuje minimum dwie konkretne propozycje działań optymalizacyjnych (np. zmiana grupy odbiorców, formatu reklamy, budżetu, strategii automatycznej).

Ocena: trafność interpretacji danych oraz zasadność zaproponowanych działań optymalizacyjnych.

Walidację przeprowadza Daria Wrukowska

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: Eko wydajne Narzędzia AI w mediach społecznościowych („Eko wydajnie”)

- Przegląd narzędzi AI (ChatGPT, Gemini, Copilot, narzędzia do grafik i wideo)
- Automatyzacja postów, analiz i raportów
- Tworzenie treści z wykorzystaniem sztucznej inteligencji, chatGPT
- Generowanie postów, plan tygodniowy, analiza wyników
- Automatyczne przetwarzanie danych oparte na profilowaniu.
- Eko wydajność - mniejsze zużycie zasobów cyfrowych ograniczenie wielkości plików, ilości (grafiki w odpowiedniej rozdzielczości, skompresowane filmy), unikanie niepotrzebnie długich filmów, optymalizacja zdjęć do sieci, używanie formatów, które szybciej się wczytują.
- Ekologiczne ustawienia - używanie formatów zoptymalizowanych energetycznie (np. WebP zamiast JPG), korzystanie z narzędzi, które automatycznie zmniejszają wagę treści, usuwanie duplikatów, archiwizacja treści, porządkowanie zasobów cyfrowych.

Moduł 2: Menedżer reklam - konto reklamowe przedsiębiorstwa, czyli jak stosować system oprogramowania reklam online oparty na algorytmach

- Konfiguracja konta,
- Jak nie zablokować konta reklamowego i czym to grozi - treści zakazane,
- Dlaczego nie używamy przycisku reklamowego „Promuj post”?
- Budowa lejka sprzedażowego i planowanie budżetu,
- Jak zamienić zimny ruch na ciepły,
- Analiza statystyczna dotychczasowych wyników reklam,
- Jakie koszty reklam online osiągać?
- Podstawy strategii marketingowych,
- Najważniejsze cele reklam dedykowanych na Facebooka i Instagram

Moduł 3. Działania reklamowe płatne w praktyce

- Dlaczego reklama na Facebooku ma sens?
- Pixel Facebooka - czym jest i dlaczego pełni ważną funkcję?
- Odbiorcy i grupy niestandardowych odbiorców, Kampania, zestaw reklam, reklamy - struktura reklamy na Facebooku

Moduł 4. Media Społeczności a wdrażanie usług i produktów do świata cyfrowego

- Narzędzia META - jakich efektów można się spodziewać? Aktywność na Facebooku a rozpoznawalność marki
- Aktywność na Facebooku a sprzedaż
- Budowanie zaangażowanej społeczności - wskazówki
- Wydarzenia w promocji marki

Moduł 5: Business Meta Suite - trzy grupy odbiorców reklam online (Audience Insights)

- Wydarzenia w promocji marki
- Analiza i tworzenie grup docelowych - jak dotrzeć do osób, które interesują się naszą usługą
- Grupowanie zainteresowań:
- Dobór grup dających najlepsze efekty dla naszych usług
- Najczęstsze błędy w tworzeniu grup odbiorców
- Jak docierać do nieaktywnych odbiorców i ich ożywić,
- Skuteczne sposoby na wykorzystanie nowej grupy odbiorców,
- Remarketing i wykluczenia.

Moduł 6. Tworzenie newsletterów i kampanii e-mail marketingowych

- Budowa i zarządzanie listami mailingowymi - tworzenie list subskrybentów, import kontaktów i konfiguracja pól dodatkowych, zasady RODO i dobre praktyki zapisu na listy
- Formularze i strony zapisu - tworzenie formularzy zapisu (pop-up, inline, exit intent)

- Projektowanie stron zapisu (Landing Pages)
- Integracja formularzy z witryną i Facebook

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 5

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 5 Moduł 1: Eko wydajne Narzędzia AI w mediach społecznościowych („Eko wydajnie”)	Martyna Kostrzewska	02-03-2026	08:00	16:00	08:00
2 z 5 Moduł 2: Menedżer reklam - konto reklamowe przedsiębiorstwa, czyli jak stosować system oprogramowania reklam online oparty na algorytmach	Martyna Kostrzewska	03-03-2026	08:00	16:00	08:00
3 z 5 Moduł 3. Działania reklamowe płatne w praktyce	Martyna Kostrzewska	04-03-2026	08:00	16:00	08:00
4 z 5 Moduł 4. Media Społeczności a wdrażanie usług i produktów do świata cyfrowego	Martyna Kostrzewska	04-03-2026	08:00	16:00	08:00
5 z 5 Moduł 5: Business Meta Suite - trzy grupy odbiorców reklam online (Audience Insights)	Martyna Kostrzewska	05-03-2026	08:00	16:00	08:00

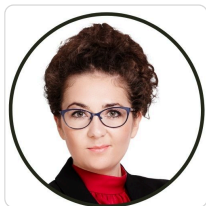
Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	6 500,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	6 500,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	98,48 PLN
Koszt osobogodziny netto	98,48 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Martyna Kostrzewska

Wykładowca Akademicki, doktorantka Wydziału Ekonomii, Finansów i Zarządzania Uniwersytetu Szczecińskiego. Doświadczenie zawodowe zdobywała w Chinach oraz w Niemczech, pracując w międzynarodowych korporacjach e-commerce. Występowała na licznych konferencjach w Stanach Zjednoczonych. Naukowo interesuje się zagadnieniami związanymi z Social Media marketingiem, budowaniem relacji z klientem poprzez media społecznościowe oraz e-commerce.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Informacje przekazywane są na żywo podczas treningu stacjonarnego. Podczas prowadzenia szkolenia będzie przedstawiona prezentacja i oraz ćwiczenia praktyczne. Trener prezentuje strategie oraz możliwości pozyskania klientów przy użyciu Facebooka. Każdy kursant otrzymuje materiały pdf oraz filmy video i dostęp do platformy szkoleniowej do których może powracać po szkoleniu.

Link do platformy online: <https://martynakostrzewska.pl/kurs/1147/kurs-online-facebook-w-biznesie>

Link do materiałów video:

- 1) <https://www.youtube.com/watch?v=NmNPUULMzAA>
- 2) <https://www.youtube.com/watch?v=z5847XkA-xk>
- 3) <https://www.youtube.com/watch?v=jPRbnNUk6JE>
- 4) <https://www.youtube.com/watch?v=LuQUzgkvV48>

Warunki techniczne

www.nowepokolenie-mk.pl

Adres

al. Wyzwolenia 50/20

71-424 Szczecin

woj. zachodniopomorskie

Hanza Tower Szczecin

70-500 Szczecin

woj. zachodniopomorskie

Obiekt Hanza Tower Apartamenty, znajdujący się w centrum miejscowości Szczecin, oferuje kryty basen, saunę oraz różne opcje zakwaterowania, w których zapewniono klimatyzację i bezpłatne Wi-Fi. Odległość ważnych miejsc od obiektu: Uniwersytet Szczeciński – niecały kilometr.

We wszystkich opcjach zakwaterowania zapewniono część wypoczynkową z rozkładaną sofą oraz aneks kuchenny z pełnym wyposażeniem, w tym lodówką, zmywarką i płytą kuchenną.

4-gwiazdkowy obiekt Hanza Tower Apartamenty oferuje wannę z hydromasażem i taras.

W pobliżu obiektu Hanza Tower Apartamenty znajdują się liczne atrakcje, takie jak Wały Chrobrego, Akademia Morska w Szczecinie i Baszta Panieńska. Najbliższe lotnisko, Lotnisko Szczecin-Goleniów, znajduje się 46 km od obiektu Hanza Tower Apartamenty.

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi
- Laboratorium komputerowe

Kontakt



DARTRADE

E-mail dariawrukowska@gmail.com

Telefon (+48) 667 308 211