



Nowoczesny Marketing 360° – Strategie, Psychologia, AI i Social Media w Praktyce

Numer usługi 2026/01/09/160205/3247110

9 450,00 PLN brutto

9 450,00 PLN netto

210,00 PLN brutto/h

210,00 PLN netto/h

INSTYTUT
ROZWOJU I NAUKI
SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚ
CIĄ

★★★★★ 4,9 / 5

747 ocen

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 45 h

📅 04.05.2026 do 08.05.2026

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Grupa docelowa usługi	Usługa skierowana jest do osób dorosłych, w szczególności: • przedsiębiorców i właścicieli firm, • pracowników działów marketingu i sprzedaży, • osób odpowiedzialnych za promocję i komunikację, • social media managerów, • freelancerów, • osób planujących rozwój kompetencji marketingowych.
Minimalna liczba uczestników	3
Maksymalna liczba uczestników	20
Data zakończenia rekrutacji	03-05-2026
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	45
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

Celem szkolenia jest podniesienie kompetencji uczestników w zakresie planowania, realizacji i optymalizacji działań marketingowych z wykorzystaniem nowoczesnych strategii, narzędzi psychologii marketingu, social mediów oraz sztucznej inteligencji, umożliwiających skuteczne budowanie marki i wzrost sprzedaży.

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
WIEDZA • wyjaśnia pojęcia i zasady nowoczesnego marketingu 360°, • charakteryzuje elementy strategii marketingowej, • opisuje proces podejmowania decyzji zakupowych przez klientów, • rozpoznaje techniki psychologii marketingu i wpływu społecznego, • omawia zasady działania algorytmów social media, • identyfikuje możliwości zastosowania sztucznej inteligencji w marketingu, • definiuje podstawowe wskaźniki efektywności działań marketingowych (KPI). UMIEJĘTNOŚCI • przeprowadzić analizę rynku i konkurencji, • zdefiniować grupę docelową oraz osoby marketingowe, • zaprojektować strategię marketingową dopasowaną do celów biznesowych, • tworzyć treści marketingowe i sprzedażowe wykorzystujące techniki perswazji, • zaplanować działania marketingowe w mediach społecznościowych, • wykorzystać narzędzia AI do tworzenia treści i automatyzacji marketingu, • analizować efekty działań marketingowych i wprowadzać optymalizacje, • przygotować kompletną strategię marketingową 360°. KOMPETENCJE SPOŁECZNE • jest gotów do samodzielnego planowania i realizacji działań marketingowych, • świadomie podejmuje decyzje marketingowe w oparciu o dane i analizę, • potrafi współpracować w zespole przy realizacji projektów marketingowych, • wykazuje otwartość na nowe technologie i narzędzia AI, • rozumie znaczenie etyki w marketingu i komunikacji z klientem.	test wiedzy oceniający zdobyta wiedzę	Test teoretyczny
		Wywiad swobodny
	ocena umiejętności praktycznego wykorzystania zdobytej wiedzy	Wywiad swobodny

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 1 – Fundamenty i strategie marketingowe

1. Wprowadzenie do marketingu nowoczesnego

- Czym jest marketing 360°
- Marketing dziś vs. marketing 10 lat temu
- Customer centricity i wartość marki
- Trendy marketingowe 2025+

2. Strategia marketingowa krok po kroku

- Analiza rynku i konkurencji
- Analiza SWOT, PEST
- Definiowanie celów marketingowych (SMART, OKR)
- Segmentacja rynku i wybór grupy docelowej
- Unique Value Proposition (UVP)

3. Budowanie person marketingowych

- Kim jest persona i dlaczego jest kluczowa
- Dane demograficzne vs. psychograficzne
- Ścieżka klienta (Customer Journey)
- Touchpointy i punkty decyzyjne

4. Lejek marketingowo-sprzedażowy

- Awareness – Interest – Desire – Action
- Lejek B2C i B2B
- Content dopasowany do etapu lejka
- Warsztat: budowa lejka dla własnej marki

DZIEŃ 2 – Psychologia marketingu i zachowania konsumentów

1. Podstawy psychologii marketingu

- Jak ludzie podejmują decyzje zakupowe
- Emocje vs. racjonalność
- Neuromarketing – podstawy

2. Psychologiczne techniki wpływu

- Reguły Cialdiniego
- Heurystyki poznawcze
- Efekt społecznego dowodu słuszności
- Strach, FOMO, autorytet, niedostępność

3. Storytelling i narracja marki

- • Dlaczego historie sprzedają
- Archetypy marki
- Storytelling w reklamie i social mediach

4. Copywriting perswazyjny

- • Język korzyści
- Nagłówki, CTA, oferty
- Warsztat: pisanie tekstów sprzedażowych

DZIEŃ 3 – Social Media Marketing

1. Rola social mediów w strategii marketingowej

- • Kanały social media – kiedy i dlaczego
- Social media a sprzedaż

2. Platformy społecznościowe – przegląd i strategię

- • Facebook & Instagram
- TikTok
- LinkedIn
- YouTube
- Algorytmy – jak działają i jak je wykorzystywać

3. Content marketing w social media

- • Rodzaje treści: edukacyjne, sprzedażowe, wizerunkowe
- Video marketing i short-form video
- Harmonogram i planowanie treści

4. Reklamy płatne – podstawy

- • Meta Ads – struktura kampanii
- Cele reklamowe
- Targetowanie i remarketing
- Najczęstsze błędy

DZIEŃ 4 – AI w marketingu i automatyzacja

1. Wprowadzenie do AI w marketingu

- • Czym jest AI i jak działa
- Przegląd narzędzi AI

2. AI w tworzeniu treści

- • ChatGPT i inne modele językowe
- Generowanie postów, reklam, maili
- Prompt engineering – jak zadawać dobre pytania
- AI do grafiki i video

3. Automatyzacja marketingu

- • Marketing automation
- Lead i nurturing
- Chatboty i obsługa klienta

4. Analityka i dane

- • KPI w marketingu
- Google Analytics – podstawy
- Analiza kampanii i optymalizacja
- Podejmowanie decyzji na podstawie danych

DZIEŃ 5 – Integracja, praktyka i strategia końcowa

1. Branding i wizerunek marki

- Spójność komunikacji
- Tone of voice
- Marka osobista vs. marka firmowa

2. Marketing sprzedażowy i oferty

- Budowa oferty nie do odrzucenia
- Pricing i psychologia ceny
- Upsell i cross-sell

3. Case studies i analiza kampanii

- Przykłady skutecznych kampanii
- Analiza błędów
- Dyskusja grupowa

4. Projekt końcowy – strategia marketingowa 360°

- Opracowanie kompletnej strategii
- Prezentacja projektów
- Feedback i rekomendacje

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 60

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 60 Wprowadzenie do marketingu nowoczesnego i struktury szkolenia	Marcin Wrzosekiewicz	04-05-2026	08:15	09:00	00:45
2 z 60 Trendy marketingowe i marketing 360°	Marcin Wrzosekiewicz	04-05-2026	09:00	09:45	00:45
3 z 60 Przerwa	Marcin Wrzosekiewicz	04-05-2026	09:45	10:00	00:15
4 z 60 Analiza rynku i konkurencji	Marcin Wrzosekiewicz	04-05-2026	10:00	10:45	00:45
5 z 60 Analiza SWOT i PEST w marketingu	Marcin Wrzosekiewicz	04-05-2026	10:45	11:30	00:45
6 z 60 Przerwa	Marcin Wrzosekiewicz	04-05-2026	11:30	11:45	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
7 z 60 Cele marketingowe – SMART i OKR	Marcin Wrzosekiewicz	04-05-2026	11:45	12:30	00:45
8 z 60 Segmentacja rynku i grupy docelowe	Marcin Wrzosekiewicz	04-05-2026	12:30	13:15	00:45
9 z 60 Przerwa	Marcin Wrzosekiewicz	04-05-2026	13:15	13:30	00:15
10 z 60 Budowanie unikalnej propozycji wartości (UVP)	Marcin Wrzosekiewicz	04-05-2026	13:30	14:15	00:45
11 z 60 Persony marketingowe i ich zastosowanie	Marcin Wrzosekiewicz	04-05-2026	14:15	15:00	00:45
12 z 60 Customer Journey i mapa doświadczeń klienta	Marcin Wrzosekiewicz	04-05-2026	15:00	15:45	00:45
13 z 60 Podstawy psychologii marketingu	Marcin Wrzosekiewicz	05-05-2026	08:15	09:00	00:45
14 z 60 Emocje i proces podejmowania decyzji zakupowych	Marcin Wrzosekiewicz	05-05-2026	09:00	09:45	00:45
15 z 60 Przerwa	Marcin Wrzosekiewicz	05-05-2026	09:45	10:00	00:15
16 z 60 Neuromarketing – jak mózg reaguje na komunikaty	Marcin Wrzosekiewicz	05-05-2026	10:00	10:45	00:45
17 z 60 Reguły wpływu społecznego (Cialdini)	Marcin Wrzosekiewicz	05-05-2026	10:45	11:30	00:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
18 z 60 Przerwa	Marcin Wrzosekiewicz	05-05-2026	11:30	11:45	00:15
19 z 60 Heurystyki poznawcze i błędy decyzyjne	Marcin Wrzosekiewicz	05-05-2026	11:45	12:30	00:45
20 z 60 Storytelling i archetypy marki	Marcin Wrzosekiewicz	05-05-2026	12:30	13:15	00:45
21 z 60 Przerwa	Marcin Wrzosekiewicz	05-05-2026	13:15	13:30	00:15
22 z 60 Psychologia cen i postrzeganie wartości	Marcin Wrzosekiewicz	05-05-2026	13:30	14:15	00:45
23 z 60 Copywriting perswazyjny – struktura tekstów	Marcin Wrzosekiewicz	05-05-2026	14:15	15:00	00:45
24 z 60 Warsztat: tworzenie komunikatów sprzedażowych	Marcin Wrzosekiewicz	05-05-2026	15:00	15:45	00:45
25 z 60 Rola social mediów w strategii marketingowej	Marcin Wrzosekiewicz	06-05-2026	08:15	09:00	00:45
26 z 60 Przegląd platform social media i ich specyfika	Marcin Wrzosekiewicz	06-05-2026	09:00	09:45	00:45
27 z 60 Przerwa	Marcin Wrzosekiewicz	06-05-2026	09:45	10:00	00:15
28 z 60 Algorytmy social media – jak działają	Marcin Wrzosekiewicz	06-05-2026	10:00	10:45	00:45
29 z 60 Strategie komunikacji na Facebooku i Instagramie	Marcin Wrzosekiewicz	06-05-2026	10:45	11:30	00:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
30 z 60 Przerwa	Marcin Wrzoskiewicz	06-05-2026	11:30	11:45	00:15
31 z 60 TikTok i short video w marketingu	Marcin Wrzoskiewicz	06-05-2026	11:45	12:30	00:45
32 z 60 LinkedIn i YouTube w budowaniu marki	Marcin Wrzoskiewicz	06-05-2026	12:30	13:15	00:45
33 z 60 Przerwa	Marcin Wrzoskiewicz	06-05-2026	13:15	13:30	00:15
34 z 60 Content marketing w social media	Marcin Wrzoskiewicz	06-05-2026	13:30	14:15	00:45
35 z 60 Planowanie treści i kalendarz publikacji	Marcin Wrzoskiewicz	06-05-2026	14:15	15:00	00:45
36 z 60 Podstawy reklam płatnych (Meta Ads)	Marcin Wrzoskiewicz	06-05-2026	15:00	15:45	00:45
37 z 60 Wprowadzenie do AI w marketingu	Marcin Wrzoskiewicz	07-05-2026	08:15	09:00	00:45
38 z 60 Narzędzia AI wykorzystywane w marketingu	Marcin Wrzoskiewicz	07-05-2026	09:00	09:45	00:45
39 z 60 Przerwa	Marcin Wrzoskiewicz	07-05-2026	09:45	10:00	00:15
40 z 60 AI w tworzeniu treści tekstowych	Marcin Wrzoskiewicz	07-05-2026	10:00	10:45	00:45
41 z 60 Prompt engineering – praktyczne techniki	Marcin Wrzoskiewicz	07-05-2026	10:45	11:30	00:45
42 z 60 Przerwa	Marcin Wrzoskiewicz	07-05-2026	11:30	11:45	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
43 z 60 AI w grafice i video marketingu	Marcin Wrzolkiewicz	07-05-2026	11:45	12:30	00:45
44 z 60 Automatyzacja marketingu i lead nurturing	Marcin Wrzolkiewicz	07-05-2026	12:30	13:15	00:45
45 z 60 Przerwa	Marcin Wrzolkiewicz	07-05-2026	13:15	13:30	00:15
46 z 60 Chatboty i AI w obsłudze klienta	Marcin Wrzolkiewicz	07-05-2026	13:30	14:15	00:45
47 z 60 Analityka marketingowa – KPI i metryki	Marcin Wrzolkiewicz	07-05-2026	14:15	15:00	00:45
48 z 60 Optymalizacja działań na podstawie danych	Marcin Wrzolkiewicz	07-05-2026	15:00	15:45	00:45
49 z 60 Branding i spójność komunikacji marki	Marcin Wrzolkiewicz	08-05-2026	08:15	09:00	00:45
50 z 60 Tone of voice i marka osobista	Marcin Wrzolkiewicz	08-05-2026	09:00	09:45	00:45
51 z 60 Przerwa	Marcin Wrzolkiewicz	08-05-2026	09:45	10:00	00:15
52 z 60 Budowanie oferty marketingowej	Marcin Wrzolkiewicz	08-05-2026	10:00	10:45	00:45
53 z 60 Psychologia sprzedaży i pricing	Marcin Wrzolkiewicz	08-05-2026	10:45	11:30	00:45
54 z 60 Przerwa	Marcin Wrzolkiewicz	08-05-2026	11:30	11:45	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
55 z 60 Lejek sprzedażowy i marketing automation	Marcin Wrzolkiewicz	08-05-2026	11:45	12:30	00:45
56 z 60 Case studies skutecznych kampanii	Marcin Wrzolkiewicz	08-05-2026	12:30	13:15	00:45
57 z 60 Przerwa	Marcin Wrzolkiewicz	08-05-2026	13:15	13:30	00:15
58 z 60 Projekt końcowy – tworzenie strategii marketingowej	Marcin Wrzolkiewicz	08-05-2026	13:30	14:15	00:45
59 z 60 Prezentacja projektów i omówienie	Marcin Wrzolkiewicz	08-05-2026	14:15	15:30	01:15
60 z 60 Walidacja	-	08-05-2026	15:30	15:45	00:15

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	9 450,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	9 450,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	210,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	210,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



Marcin Wrzolkiewicz

Marcin Wrzolkiewicz -sprzedaż, obsługa klienta, marketing, zarządzanie zasobami ludzkimi, umiejętności miękkie,

02.2020 - ALEF Centrum Nauki, Rozwoju i Doradztwa - trener, szkoleniowiec

2020 College Medyczny- trener, szkoleniowiec

2020 Konsorcjum Naukowo-Edukacyjne - wykładowca, trener

2018 Akademia Humanistyczno-Ekonomiczna w Łodzi - wykładowca, trener

2014-2019 Specjalista ds. sprzedaży samochodów osobowych marki Mercedes-Benz "Rita Motors"

2013-2014 Specjalista ds. sprzedaży samochodów osobowych marki Hyundai- "Folwark samochodowy"

2012-2013 Specjalista ds. ubezpieczeń- PZU

1999-2012 Prowadzenie własnej firmy- Sprzedaż pamiątek regionalnych

1996-1997 Zamek w Chęcinach Obsługa Ruchu Turystycznego

1997-2002 Akademia Pedagogiczna im. Komisji Edukacji Narodowej, Kraków, Studia Magisterskie, Historia

2003-2004 Akademia Świętokrzyska, Kielce Studia Podyplomowe - Informatyka, Logopedia, Doradztwo zawodowe i coaching.

KURSY, SZKOLENIA, STUDIA PODYPLOMOWE

- Trener umiejętności społecznych
- AAC – Wspomagające i alternatywne metody komunikacji
- Szkolenie PECS- szybkie nauczanie umiejętności porozumiewania się osoby, które nie posiadają funkcjonalnej mowy.
- Narzędzia komunikacji interpersonalnej w codziennej pracy nauczyciela
- Rozwijanie zdolności poznawczych uczniów i kreatywności
- Nie straszny lęk i stres. Jak pomóc dzieciom i młodzieży radzić sobie z emocjami, lękiem i stresem?

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały szkoleniowe w formie pdf w wersji elektronicznej na podany adres email uczestnicy szkolenia mogą otrzymać po zgłoszeniu chęci ich otrzymania usługodawcy

Warunki uczestnictwa

Warunkiem uczestnictwa jest zarejestrowanie się i założenie konta w Bazie Usług Rozwojowych oraz zapisanie się na szkolenie za pośrednictwem Bazy.

Informacje dodatkowe

Zajęcia będą realizowane w oparciu o miarę godziny lekcyjnej wynoszącej 45 min. Szkolenie będzie realizowane w formie zdalnej w czasie rzeczywistym. W zależności od czasu, potrzeb będą wykorzystywane różne elementy: ćwiczenia, testy, ankiety .

Warunki techniczne

Zajęcia odbywać będą się zdalnie w czasie rzeczywistym na platformie Jitsi Meet.

Procesor jednordzeniowy 1 GB lub szybszy Pamięć RAM 1 GB lub większa

: wymagane jest połączenie internetowe przewodowe lub bezprzewodowe (3G, 4G, LTE) o następujących parametrach: - dla transmisji wideo w jakości HD 720p minimalna przepustowość łącza internetowego wynosi: 1.5Mbps/1.5Mbps (wysyłanie/odbieranie). - dla transmisji wideo w jakości FullHD 1080p minimalna przepustowość łącza internetowego wynosi: 3Mbps/3Mbps (wysyłanie/odbieranie).
Oprogramowanie: Urządzenie może ale nie musi mieć zainstalowanej aplikacji Jitsi Meet. Może działać poprzez stronę internetową: <https://meet.jit.si/>
System operacyjny: Urządzenie musi działać pod kontrolą jednego z systemów operacyjnych obsługiwany przez komunikator zoom: Android OS 4.0x lub nowszy macOS X 10.7 lub nowszy IOS 7.0 lub nowszy iPadOS 13 lub nowszy Windows 10 Home, Pro, lub Enterprise (Wersja "S" nie jest obsługiwana) Windows 8 or 8.1 Windows 7 Windows Vista with SP1 lub nowszy Windows XP with SP3 lub nowszy Ubuntu 12.04 lub nowszy Mint 17.1 lub nowszy Red Hat Enterprise Linux 6.4 lub nowszy Oracle Linux 6.4 lub nowszy CentOS 6.4 lub nowszy A Fedora 21 lub nowszy OpenSUSE 13.2 lub nowszy ArchLinux (tylko 64-bitowy)

Kontakt



KAROLINA MOREGIEL

E-mail karolina.moregiel@irin.pl

Telefon (+48) 453 049 912