



## Akademia marketingu internetowego DIMAQ AI - forma zdalna - szkolenie

Numer usługi 2026/01/16/161607/3264218

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

95 ocen

🏠 Usługa szkoleniowa

📺 zdalna w czasie rzeczywistym

🕒 25:00 h

📅 12.06.2026 do 17.06.2026

## 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

11-06-2026

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  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  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 wideo 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 rozdzielanie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

# Program

## DZIEŃ I

1. **AI w mobile i cross-channel marketingu** 1 h praktyka 40 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 40 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 40 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 40 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 40 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 o optymalizacja treści
3. **AI w display i programmatic** 1 h praktyka 40 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 40 min (praktyka)
  - Automatyzacja i personalizacja
  - Optymalizacja i segmentacja
  - Narzędzia i technologie
2. **AI w analityce internetowej + UX** 1 h 40 min (praktyka)
  - Optymalizacja UX i ścieżek konwersji
  - Predykcyjna analityka i behavioral targeting
  - Funkcje AI w narzędziach analityki internetowej
3. **AI w e-commerce** 1h 40 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 5 min (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.

Jeśli z różnych przyczyn, np. ze względu na potrzeby uczestników, zostanie wydłużony czas trwania przerw to o ten czas, jeśli zajdzie taka potrzeba, zostanie wydłużony czas trwania szkolenia.

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

## Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 21

Przedmiot / temat	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	12-06-2026	09:00	10:40	01:40
2 z 21 Przerwa	Konrad Gładkowski	12-06-2026	10:40	10:45	00:05
3 z 21 AI w video marketingu - ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, współdzielenie ekranu,	Kacper Bronisz	12-06-2026	10:45	12:25	01:40
4 z 21 Przerwa	Kacper Bronisz	12-06-2026	12:25	12:35	00:10
5 z 21 AI w social media - ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, współdzielenie ekranu,	Michał Płatek	12-06-2026	12:35	14:15	01:40
6 z 21 AI w content marketingu - ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, współdzielenie ekranu,	Maciej Rutkowski	15-06-2026	09:00	10:40	01:40
7 z 21 Przerwa	Maciej Rutkowski	15-06-2026	10:40	10:45	00:05
8 z 21 AI w SEM i SEO - ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, współdzielenie ekranu,	Roksana Frankowska	15-06-2026	10:45	12:25	01:40
9 z 21 Przerwa	Roksana Frankowska	15-06-2026	12:25	12:35	00:10

Przedmiot / temat	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	15-06-2026	12:35	14:15	01:40
11 z 21 AI w e-mail marketingu i lead generation - ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, współdzielenie ekranu,	Konrad Gładkowski	16-06-2026	09:00	10:40	01:40
12 z 21 Przerwa	Konrad Gładkowski	16-06-2026	10:40	10:45	00:05
13 z 21 AI w analityce internetowej + UX - ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, współdzielenie ekranu,	Aleksander Kożuchowski-Przybyszewski	16-06-2026	10:45	12:25	01:40
14 z 21 Przerwa	Aleksander Kożuchowski-Przybyszewski	16-06-2026	12:25	12:35	00:10
15 z 21 AI w e-commerce - ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, współdzielenie ekranu,	Aleksander Kożuchowski-Przybyszewski	16-06-2026	12:35	14:15	01:40
16 z 21 Wprowadzenie do etyki AI - ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, współdzielenie ekranu,	Dominik Gabor	17-06-2026	09:00	09:30	00:30

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>17 z 21</b> Aspekty prawne - ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, współdzielenie ekranu,	Dominik Gabor	17-06-2026	09:30	10:35	01:05
<b>18 z 21</b> Przerwa	Dominik Gabor	17-06-2026	10:35	10:45	00:10
<b>19 z 21</b> Bezpieczeństwo etyczne, prawne i wizerunkowe - ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, współdzielenie ekranu,	Dominik Gabor	17-06-2026	10:45	11:30	00:45
<b>20 z 21</b> Sesja pytań i odpowiedzi. Podsumowanie szkolenia - ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, współdzielenie ekranu,	Dominik Gabor	17-06-2026	11:30	11:50	00:20
<b>21 z 21</b> Walidacja	-	17-06-2026	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

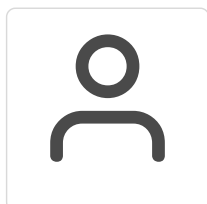
Liczba prowadzących: 7



1 z 7

## 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.



2 z 7

## Konrad Gładkowski

Od 15 lat zajmuje się technologią i digitałem. 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.



3 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.



4 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.



5 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.



6 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.



7 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.

## 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](mailto: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](http://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



**PATRYCJA DĄBEK**

**E-mail** [p.dabek@dimaq.eu](mailto:p.dabek@dimaq.eu)

**Telefon** (+48) 504 451 512