



ACADEMICO
SPÓŁKA Z
ODPOWIEDZIALNOŚĆ

CIA

★★★★★ 4,9 / 5

31 ocen

Facebook i Instagram w Biznesie – umiejętności cyfrowe: inteligentne wykorzystanie AI i automatyzacji w systemach reklamowych Meta w celu zwiększenia efektywności sprzedaży, konkurencyjności firmy i stabilności zatrudnienia. Profesjonalny audyt firmy.

Numer usługi 2026/03/17/177990/3412164

📄 Usługa szkoleniowa

📺 zdalna w czasie rzeczywistym

🕒 33:00 h

📅 09.06.2026 do 25.06.2026

8 610,00 PLN brutto

7 000,00 PLN netto

260,91 PLN brutto/h

212,12 PLN netto/h

250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Szkolenie przeznaczone jest dla pracowników, pracodawców oraz osób indywidualnych, które chcą zdobyć lub rozwinąć kompetencje w zakresie wykorzystania mediów społecznościowych i narzędzi sztucznej inteligencji w działaniach marketingowych i sprzedażowych. Oferta skierowana jest do osób odpowiedzialnych za marketing, promocję, sprzedaż, obsługę klienta oraz do właścicieli mikro, małych i średnich przedsiębiorstw.

Szkolenie nie wymaga wcześniejszego doświadczenia w pracy z reklamą internetową ani narzędziami AI. Wystarczająca jest podstawowa obsługa komputera oraz chęć nauki.

Uczestnicy nauczą się tworzyć treści marketingowe z wykorzystaniem AI, planować i automatyzować publikacje, analizować wyniki działań oraz zarządzać kampaniami reklamowymi i grupami odbiorców w systemach Meta. Szkolenie wspiera rozwój zawodowy i zwiększa konkurencyjność na rynku pracy.

Minimalna liczba uczestników

1

Maksymalna liczba uczestników

6

Data zakończenia rekrutacji

08-05-2026

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

Liczba godzin usługi

33

Cel

Cel edukacyjny

Szkolenie przygotowuje uczestników do samodzielnego planowania, realizowania i optymalizacji działań marketingowych oraz sprzedażowych w mediach społecznościowych z wykorzystaniem narzędzi sztucznej inteligencji i systemów reklamowych Meta. Uczestnicy zdobędą praktyczne kompetencje w zakresie tworzenia treści, automatyzacji publikacji, zarządzania kampaniami reklamowymi, analizy wyników oraz pracy z grupami odbiorców, wspierające rozwój zawodowy i konkurencyjność na rynku pracy.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Wiedza: Uczestnik definiuje i charakteryzuje pojęcia oraz rozwiązania związane z wykorzystaniem narzędzi sztucznej inteligencji w komunikacji cyfrowej i marketingu.</p> <p>Wiedza: Uczestnik charakteryzuje i uzasadnia zasady planowania działań marketingowych i reklamowych w mediach społecznościowych.</p>	Uczestnik definiuje podstawowe pojęcia i narzędzia AI wykorzystywane w marketingu cyfrowym.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uczestnik rozróżnia zastosowania narzędzi AI w tworzeniu treści tekstowych, graficznych i wideo.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uczestnik rozróżnia poprawne i niepoprawne struktury działań reklamowych w systemach Meta.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uczestnik uzasadnia wybór zasad ekowydajności cyfrowej oraz bezpieczeństwa kont reklamowych.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
<p>Umiejętności: Uczestnik dobiera i planuje działania marketingowe i reklamowe w mediach społecznościowych zgodnie z celami biznesowymi.</p> <p>Umiejętności: Uczestnik analizuje i interpretuje podstawowe dane oraz wskaźniki efektywności działań marketingowych.</p>	Uczestnik dobiera właściwe cele i rozwiązania marketingowe w zadaniach testowych opartych na opisach sytuacyjnych.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uczestnik planuje strukturę działań reklamowych na podstawie przedstawionego scenariusza.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uczestnik interpretuje podstawowe wskaźniki i dane przedstawione w pytaniach testowych.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uczestnik analizuje wyniki działań marketingowych i wskazuje prawidłowe decyzje biznesowe.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Kompetencje społeczne: Uczestnik identyfikuje i uzasadnia odpowiedzialne i etyczne postawy w zakresie prowadzenia komunikacji marketingowej oraz działań reklamowych w środowisku cyfrowym.	Uczestnik rozróżnia prawidłowe i nieprawidłowe postawy w zakresie bezpieczeństwa, zgodności z regulaminami oraz ochrony danych w marketingu cyfrowym.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uczestnik uzasadnia wybór odpowiednich działań i decyzji w sytuacjach problemowych przedstawionych w pytaniach testowych.	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 rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

Program

Warunki osiągnięcia celu:

Uczestnik osiągnie cel usługi poprzez aktywne uczestnictwo w szkoleniu realizowanym w formie zdalnej w czasie rzeczywistym. Warunkiem osiągnięcia celu jest realizacja ćwiczeń przewidzianych w programie oraz zaliczenie testu teoretycznego końcowego z wynikiem generowanym automatycznie. Po zakończeniu szkolenia uczestnik otrzyma imienny certyfikat potwierdzający ukończenie usługi.

Zakres tematyczny:

Szkolenie obejmuje 33 godzin dydaktycznych, w tym 11 godzin części teoretycznej oraz 16 godzin części praktycznej. W ramach zajęć realizowane są wykłady wprowadzające, ćwiczenia praktyczne, praca na przykładach, mini projekty, dyskusje grupowe oraz walidacja końcowa w formie testu teoretycznego.

Warunki organizacyjne

- **Forma prowadzenia:** zdalne w czasie rzeczywistym

- **Czas trwania:** Szkolenie obejmuje 33 godzin edukacyjnych. Każda godzina szkolenia obejmuje 45 minut. tj. 24h i 45 min godzin zegarowych
- **Przerwy:** są wliczone w czas trwania usługi
- **Walidacja: test teoretyczny** (test zostanie przeprowadzony po zakończeniu części edukacyjnej, gdzie będzie trwał 30 minut). Wyniki testu będą dostępne do 2 dni.
- **Materiały:** uczestnicy otrzymują materiały w formie prezentacji w wersji elektronicznej w formie ebooka
- **Prowadzenie zajęć:** zdalnie w czasie rzeczywistym
- **Wsparcie techniczne:** kontakt mailowy i telefoniczny w przypadku trudności technicznych

BLOK TEMATYCZNY 1 Inteligentne narzędzia AI w komunikacji cyfrowej – eko-wydajne podejście

Cel bloku tematycznego: Celem bloku tematycznego jest nabycie przez uczestników umiejętności wykorzystywania narzędzi sztucznej inteligencji do tworzenia, planowania i optymalizacji treści w mediach społecznościowych z uwzględnieniem zasad eko-wydajności cyfrowej oraz racjonalnego zarządzania zasobami informacyjnymi przedsiębiorstwa.

Zakres bloku tematycznego:

- przegląd narzędzi AI wspierających działania marketingowe i komunikacyjne
- zastosowanie AI w tworzeniu treści tekstowych, graficznych i wideo
- planowanie publikacji i automatyzacja powtarzalnych procesów
- analiza wyników i optymalizacja treści na podstawie danych
- zasady eko-wydajności cyfrowej (optymalizacja plików, ograniczenie objętości danych, porządkowanie zasobów cyfrowych)
- dobór formatów treści przyjaznych środowisku i wydajnych technologicznie

BLOK TEMATYCZNY 2 Strategiczne zarządzanie kontem reklamowym przedsiębiorstwa w systemach Meta

Cel bloku tematycznego: Celem bloku tematycznego jest przygotowanie uczestników do samodzielnego i bezpiecznego zarządzania kontem reklamowym przedsiębiorstwa w systemach reklamowych, z uwzględnieniem zasad zgodności, bezpieczeństwa oraz planowania działań reklamowych.

Zakres bloku tematycznego:

- struktura konta reklamowego przedsiębiorstwa
- konfiguracja i poprawne ustawienia konta reklamowego
- zasady bezpieczeństwa i zgodności z regulaminami reklamowymi
- identyfikacja treści niedozwolonych i ryzykownych
- różnice pomiędzy promocją postów a kampaniami reklamowymi
- planowanie budżetu reklamowego i podstawy strategii reklamowej

BLOK TEMATYCZNY 3 Reklama płatna w mediach społecznościowych – struktura, optymalizacja i analiza wyników

Cel bloku tematycznego: Celem bloku tematycznego jest nabycie praktycznych umiejętności planowania, uruchamiania i optymalizacji kampanii reklamowych w mediach społecznościowych w oparciu o cele biznesowe i analizę danych.

Zakres bloku tematycznego:

- rola reklamy płatnej w rozwoju sprzedaży i rozpoznawalności marki
- struktura kampanii reklamowej (kampania, zestaw reklam, reklama)
- znaczenie danych, statystyk i mierników efektywności
- podstawy konfiguracji narzędzi pomiarowych
- optymalizacja kampanii na podstawie wyników
- interpretacja danych reklamowych i podejmowanie decyzji biznesowych

BLOK TEMATYCZNY 4 Media społecznościowe jako narzędzie wdrażania usług i produktów do świata cyfrowego

Cel bloku tematycznego: Celem bloku tematycznego jest rozwinięcie kompetencji w zakresie wykorzystania mediów społecznościowych do promocji usług i produktów oraz budowania relacji z klientami w środowisku cyfrowym.

Zakres bloku tematycznego:

- rola mediów społecznościowych w budowaniu wizerunku marki
- wpływ aktywności online na sprzedaż i rozpoznawalność firmy
- media społecznościowe jako element lejka sprzedażowego
- budowanie i utrzymywanie zaangażowanej społeczności
- wykorzystanie wydarzeń i akcji promocyjnych w komunikacji marki

BLOK TEMATYCZNY 5 Analiza odbiorców i targetowanie reklam w Meta Business Suite

Cel bloku tematycznego: Celem bloku tematycznego jest nabycie umiejętności analizy danych o odbiorcach oraz tworzenia skutecznych grup docelowych w celu zwiększenia efektywności działań reklamowych.

Zakres bloku tematycznego:

- analiza zachowań i potrzeb odbiorców
- tworzenie i segmentacja grup docelowych
- dobór zainteresowań i parametrów targetowania
- identyfikacja najczęstszych błędów w doborze grup odbiorców
- działania remarketingowe i wykluczenia
- reaktywacja nieaktywnych odbiorców

BLOK TEMATYCZNY 6 Automatyzacja komunikacji marketingowej – newslettery i e-mail marketing

Cel bloku tematycznego: Celem bloku tematycznego jest przygotowanie uczestników do tworzenia i wdrażania zautomatyzowanych procesów komunikacji marketingowej z wykorzystaniem newsletterów i e-mail marketingu.

Zakres bloku tematycznego:

- budowa i zarządzanie bazami kontaktów
- zasady legalnego pozyskiwania danych i dobre praktyki (RODO)
- projektowanie formularzy zapisu i stron lądowania
- integracja formularzy z witryną internetową i mediami społecznościowymi
- automatyzacja wysyłek i segmentacja odbiorców
- wykorzystanie e-mail marketingu w strategii sprzedażowej

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 25

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 25 Wprowadzenie do szkolenia omówienie celów rola sztucznej inteligencji w marketingu i komunikacji cyfrowej przegląd narzędzi AI wspierających tworzenie treści tekst grafika wideo	Barbara Ciepły	09-06-2026	10:30	12:45	02:15
2 z 25 Przerwa 15 minut	Barbara Ciepły	09-06-2026	12:45	13:00	00:15

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
3 z 25 Wykorzystanie AI do tworzenia treści marketingowych planowanie publikacji w mediach społecznościowych tworzenie tygodniowych planów treści z użyciem AI	Barbara Ciepły	09-06-2026	13:00	14:30	01:30
4 z 25 Przerwa 15 minut	Barbara Ciepły	09-06-2026	14:30	14:45	00:15
5 z 25 Analiza wyników treści i publikacji zasady eko wydajności cyfrowej optymalizacja i porządkowanie zasobów cyfrowych	Barbara Ciepły	09-06-2026	14:45	15:30	00:45
6 z 25 Struktura konta reklamowego przedsiębiorstwa konfiguracja konta reklamowego role dostępy i odpowiedzialność administracyjna	Barbara Ciepły	11-06-2026	08:00	09:45	01:45
7 z 25 Przerwa 15 minut	Barbara Ciepły	11-06-2026	09:45	10:00	00:15
8 z 25 Regulaminy reklamowe i polityki reklam treści zakazane i ograniczone najczęstsze przyczyny blokad kont reklamowych	Barbara Ciepły	11-06-2026	10:00	11:30	01:30

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
9 z 25 Przerwa 15 minut	Barbara Cieplý	11-06-2026	11:30	11:45	00:15
10 z 25 Różnice między promocją postów, a kampaniami reklamowymi planowanie budżetu reklamowego podstawy strategii reklamowej	Barbara Cieplý	11-06-2026	11:45	13:30	01:45
11 z 25 Cele reklamowe i ich dopasowanie do celów biznesowych struktura kampanii reklamowej kampania zestaw reklam reklama	Barbara Cieplý	16-06-2026	10:40	12:45	02:05
12 z 25 Przerwa 15 minut	Barbara Cieplý	16-06-2026	12:45	13:00	00:15
13 z 25 Narzędzia pomiarowe i analityczne interpretacja podstawowych wskaźników reklamowych	Barbara Cieplý	16-06-2026	13:00	14:30	01:30
14 z 25 Przerwa 15 minut	Barbara Cieplý	16-06-2026	14:30	14:45	00:15
15 z 25 Optymalizacja kampanii reklamowych analiza wyników i podejmowanie decyzji reklamowych	Barbara Cieplý	16-06-2026	14:45	16:00	01:15

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
16 z 25 Rola mediów społecznościowych w strategii firmy budowanie wizerunku marki w środowisku cyfrowym	Barbara Cieplý	18-06-2026	08:00	09:45	01:45
17 z 25 Przerwa 15 minut	Barbara Cieplý	18-06-2026	09:45	10:00	00:15
18 z 25 Media społecznościowe jako element lejka sprzedażowego wpływ aktywności online na sprzedaż	Barbara Cieplý	18-06-2026	10:00	11:30	01:30
19 z 25 Przerwa 15 minut	Barbara Cieplý	18-06-2026	11:30	11:45	00:15
20 z 25 Budowanie zaangażowanej społeczności wydarzenia i akcje promocyjne w mediach społecznościowych	Barbara Cieplý	18-06-2026	11:45	12:40	00:55
21 z 25 Analiza zachowań i potrzeb odbiorców segmentacja i tworzenie grup docelowych podstawy targetowania reklam- rozmowa na żywo, współdzielnie ekranu	Barbara Cieplý	25-06-2026	08:00	09:45	01:45
22 z 25 Przerwa 15 minut	Barbara Cieplý	25-06-2026	09:45	10:00	00:15

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
23 z 25 Remarketing i wykluczenia automatyzacja komunikacji marketingowej email marketing jako wsparcie sprzedaży-współdzielenie ekranu	Barbara Ciepły	25-06-2026	10:00	11:30	01:30
24 z 25 Przerwa 15 minut	Barbara Ciepły	25-06-2026	11:30	11:45	00:15
25 z 25 WALIDACJA - test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie	-	25-06-2026	11:45	12:15	00:30

Cennik

Jeżeli korzystasz z dofinansowania w wysokości co najmniej 70% przysługuje Tobie zwolnienie z podatku VAT

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	8 610,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	7 000,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	260,91 PLN
Koszt osobogodziny netto	212,12 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1

1 z 1
Barbara Ciepły



Specjalistka w zakresie projektowania graficznego, komunikacji wizualnej, marketingu internetowego oraz tworzenia materiałów wideo, z 5-letnim doświadczeniem zawodowym w branży. Od ponad 3 lat z powodzeniem rozwija własną działalność online, wspierając twórców cyfrowych, freelancerów oraz małe firmy w budowaniu silnej obecności w sieci. Założycielka marki Academico oraz projektu KierunekOnline.pl, w ramach których przeszkoliła setki osób w zakresie tworzenia grafik promocyjnych, publikacji cyfrowych (ebooki, kursy, webinary), materiałów wideo oraz skutecznego zarządzania mediami społecznościowymi.

Doświadczenie zawodowe łączy z praktyką – od lat realizuje zlecenia graficzne, wideo i marketingowe dla klientów z sektora edukacyjnego, eksperckiego i usługowego. Posiada bogate portfolio projektów graficznych i wideo oraz udokumentowaną skuteczność w prowadzeniu kampanii reklamowych w mediach społecznościowych, w tym Meta Ads. W pracy trenerskiej stawia na podejście praktyczne, wspierające uczestników w zdobywaniu realnych kompetencji, niezbędnych na rynku pracy i w pracy zdalnej. Wykorzystuje nowoczesne narzędzia, w tym Canva, ChatGPT, Google Workspace, Meta Ads, sztuczną inteligencję (AI) oraz mobilne i stacjonarne narzędzia do nagrywania i edycji wideo. Uczy tworzenia profesjonalnych materiałów wideo – od planowania treści, przez nagranie, po montaż – z wykorzystaniem łatwo dostępnych narzędzi i aplikacji

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy szkolenia otrzymują materiały dydaktyczne wspierające realizację efektów uczenia się, w tym:

- przykładowe szablony graficzne do edycji w środowisku Canva,
- wzory gotowych treści do publikacji w mediach społecznościowych (tekst oraz elementy graficzne),
- przykładowe struktury kampanii i działań promocyjnych w mediach społecznościowych,
- imienne zaświadczenie potwierdzające ukończenie szkolenia.

Organizator zastrzega możliwość zmiany terminu realizacji usługi z przyczyn organizacyjnych, przy zachowaniu zakresu tematycznego, liczby godzin oraz formy realizacji szkolenia.

Warunki uczestnictwa

- ukończone 18 lat,
- podstawowe umiejętności obsługi komputera oraz korzystania z internetu,
- dostęp do komputera lub laptopa z kamerą, mikrofonem i stabilnym łączem internetowym,
- chęć rozwoju w obszarze grafiki internetowej, mediów społecznościowych i narzędzi AI,

Informacje dodatkowe

Dostępność cyfrowa

Materiały dydaktyczne przekazywane są w formie elektronicznej (PDF/DOCX). Na życzenie mogą zostać przygotowane w wersji z powiększoną czcionką, w prostym języku lub dostosowane do potrzeb osób korzystających z czytników ekranu.

Dostępność informacyjno-komunikacyjna

Uczestnicy mają zapewniony kontakt telefoniczny, mailowy z organizatorem w formie dostosowanej do ich potrzeb.

Wymagana frekwencja min. 80% zajęć dla osób z dofinansowaniem.

Cena nie obejmuje kosztów niezwiązanych bezpośrednio z usługą (dojazd, zakwaterowanie). W przypadku dofinansowania niższego niż 70% do wartości usługi zostanie doliczony podatek VAT zgodnie z obowiązującymi przepisami.

Warunki techniczne

Uczestnik powinien posiadać:

- komputer lub laptop z dostępem do internetu o przepustowości min. 10 Mb/s,
- działającą kamerę, mikrofon oraz słuchawki lub głośniki (uczestnictwo z aktywnym udziałem w zajęciach jest wymagane),
- zainstalowaną przeglądarkę internetową (np. Google Chrome, Mozilla Firefox),
- dostęp do platformy komunikacyjnej wykorzystywanej podczas szkolenia (np. Zoom lub Google Meet – link zostanie przesłany przed rozpoczęciem),
- konto w aplikacji Canva (bezpłatna wersja wystarczy) oraz możliwość założenia konta w Meta Business Suite i ChatGPT (instrukcje zostaną przekazane na szkoleniu),
- możliwość korzystania z materiałów elektronicznych w formacie PDF, DOCX i dostęp do Google Workspace (m.in. Dysk, Dokumenty, Prezentacje).

Rekomendowane jest uczestnictwo w spokojnym, cichym otoczeniu umożliwiającym skupienie i aktywną pracę warsztatową.

Podstawą do rozliczenia usługi, jest wygenerowanie z systemu raportu, umożliwiającego identyfikację wszystkich uczestników oraz zastosowanego narzędzia.

Kontakt



Barbara Ciepły

E-mail barbara.cieply@academico.pl

Telefon (+48) 668 623 967