



ACADEMICO  
SPÓŁKA Z  
OGRANICZONĄ  
ODPOWIEDZIALNOŚĆ  
CIĄ

★★★★★ 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. Krajowy Fundusz  
Szkoleniowy – do 90% dofinansowania dla  
firm.**

Numer usługi 2026/04/20/177990/3498750

- 📄 Usługa szkoleniowa
- 📺 zdalna w czasie rzeczywistym
- 🕒 40:00 h
- 📅 12.08.2026 do 28.08.2026

**7 503,00 PLN** brutto  
6 100,00 PLN netto  
187,58 PLN brutto/h  
152,50 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**

11-08-2026

**Forma prowadzenia usługi**

zdalna w czasie rzeczywistym

## Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Certyfikat ICVC - SURE (Standard Usług Rozwojowych w Edukacji): Norma zarządzania jakością w zakresie świadczenia usług rozwojowych

# 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><b>Wiedza:</b> Uczestnik definiuje i charakteryzuje pojęcia oraz rozwiązania związane z wykorzystaniem narzędzi sztucznej inteligencji w komunikacji cyfrowej i marketingu.</p> <p><b>Wiedza:</b> 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 wydajności cyfrowej oraz bezpieczeństwa kont reklamowych.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
<p><b>Umiejętności:</b> Uczestnik dobiera i planuje działania marketingowe i reklamowe w mediach społecznościowych zgodnie z celami biznesowymi.</p> <p><b>Umiejętności:</b> 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
<b>Kompetencje społeczne:</b> 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 lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem zawierają opis efektów uczenia się?**

TAK

**Pytanie 2. Czy dokument lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji i zgodnie z zaplanowanymi metodami walidacji?**

TAK

**Pytanie 3. Czy dokument lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielanie 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 zgodnie z harmonogramem. 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 40 godzin edukacyjnych, w tym 29 godzin i 20 minut części teoretycznej oraz 6 godzin i 40 minut 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

- **Czas trwania:** Szkolenie obejmuje 40 godzin edukacyjnych. Każda godzina szkolenia obejmuje 45 minut. tj. 30 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 roboczych.
- **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
<b>1 z 25</b> Wprowadzenie do szkolenia omówienie celów rola sztucznej inteligencji w marketingu i komunikacji cyfrowej przegląd narzędzi AI wspierających tworzenie treści tekst grafika wideo	Barbara Ciepły	12-08-2026	10:30	12:45	02:15
<b>2 z 25</b> Przerwa 15 minut	Barbara Ciepły	12-08-2026	12:45	13:00	00:15

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>3 z 25</b> Wykorzystanie AI do tworzenia treści marketingowych planowanie publikacji w mediach społecznościowych tworzenie tygodniowych planów treści z użyciem AI	Barbara Ciepły	12-08-2026	13:00	14:30	01:30
<b>4 z 25</b> Przerwa 15 minut	Barbara Ciepły	12-08-2026	14:30	14:45	00:15
<b>5 z 25</b> Analiza wyników treści i publikacji zasady eko wydajności cyfrowej optymalizacja i porządkowanie zasobów cyfrowych	Barbara Ciepły	12-08-2026	14:45	16:00	01:15
<b>6 z 25</b> Struktura konta reklamowego przedsiębiorstwa konfiguracja konta reklamowego role dostępy i odpowiedzialność administracyjna	Barbara Ciepły	14-08-2026	08:00	09:45	01:45
<b>7 z 25</b> Przerwa 15 minut	Barbara Ciepły	14-08-2026	09:45	10:00	00:15
<b>8 z 25</b> Regulaminy reklamowe i polityki reklam treści zakazane i ograniczone najczęstsze przyczyny blokad kont reklamowych	Barbara Ciepły	14-08-2026	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	14-08-2026	11:30	11:45	00:15
10 z 25 Różnice między promocją postów, a kampaniami reklamowymi planowanie budżetu reklamowego podstawy strategii reklamowej	Barbara Cieplý	14-08-2026	11:45	14:30	02:45
11 z 25 Cele reklamowe i ich dopasowanie do celów biznesowych struktura kampanii reklamowej kampania zestaw reklam reklama	Barbara Cieplý	25-08-2026	10:40	12:45	02:05
12 z 25 Przerwa 15 minut	Barbara Cieplý	25-08-2026	12:45	13:00	00:15
13 z 25 Narzędzia pomiarowe i analityczne interpretacja podstawowych wskaźników reklamowych	Barbara Cieplý	25-08-2026	13:00	14:30	01:30
14 z 25 Przerwa 15 minut	Barbara Cieplý	25-08-2026	14:30	14:45	00:15
15 z 25 Optymalizacja kampanii reklamowych analiza wyników i podejmowanie decyzji reklamowych	Barbara Cieplý	25-08-2026	14:45	16:00	01:15

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>16 z 25</b> Rola mediów społecznościowych w strategii firmy budowanie wizerunku marki w środowisku cyfrowym	Barbara Cieplý	26-08-2026	08:00	09:45	01:45
<b>17 z 25</b> Przerwa 15 minut	Barbara Cieplý	26-08-2026	09:45	10:00	00:15
<b>18 z 25</b> Media społecznościowe jako element lejka sprzedażowego wpływ aktywności online na sprzedaż	Barbara Cieplý	26-08-2026	10:00	11:30	01:30
<b>19 z 25</b> Przerwa 15 minut	Barbara Cieplý	26-08-2026	11:30	11:45	00:15
<b>20 z 25</b> Budowanie zaangażowanej społeczności wydarzenia i akcje promocyjne w mediach społecznościowych	Barbara Cieplý	26-08-2026	11:45	14:40	02:55
<b>21 z 25</b> Analiza zachowań i potrzeb odbiorców segmentacja i tworzenie grup docelowych podstawy targetowania reklam- rozmowa na żywo, współdzielnie ekranu	Barbara Cieplý	28-08-2026	08:00	10:45	02:45
<b>22 z 25</b> Przerwa 15 minut	Barbara Cieplý	28-08-2026	10:45	11:00	00:15

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<span>23 z 25</span> Remarketing i wykluczenia automatyzacja komunikacji marketingowej email marketing jako wsparcie sprzedaży-współdzielenie ekranu	Barbara Cieply	28-08-2026	11:00	13:15	02:15
<span>24 z 25</span> Przerwa 15 minut	Barbara Cieply	28-08-2026	13:15	13:30	00:15
<span>25 z 25</span> Walidacja-test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie	-	28-08-2026	13:30	14:00	00:30

## Cennik

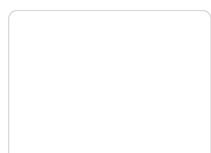
Jeżeli korzystasz z dofinansowania w wysokości co najmniej 70% przysługuje Tobie zwolnienie z podatku VAT

### Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	7 503,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	6 100,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	187,58 PLN
Koszt osobogodziny netto	152,50 PLN

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

**Barbara Cieply**



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:

- checklisty i instrukcje obsługi narzędzi wykorzystywanych podczas szkolenia (m.in. Canva, systemy reklamowe Meta, planery treści),
- 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,
- notatki i materiały podsumowujące kluczowe zagadnienia oraz dobre praktyki omawiane podczas szkolenia,
- 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.

Szkolenie realizowane jest w formie zdalnej w czasie rzeczywistym (online live) – za pośrednictwem platformy umożliwiającej interaktywną pracę z trenerem i grupą. Zajęcia prowadzone są w kameralnej grupie, co zapewnia indywidualne podejście i możliwość zadawania pytań na bieżąco.

Cena nie obejmuje kosztów niezwiązanych bezpośrednio z usługą ( dojazd, zakwaterowanie).

Usługa szkoleniowa jest zwolniona z VAT zgodnie z podstawą prawną:Dz.U. 2023 poz. 955

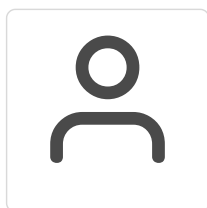
## Warunki techniczne

Uczestnik powinien posiadać w ostatnim dniu szkolenia realizowanego w formie zdalnej w czasie rzeczywistym komputer lub laptop z dostępem do Internetu o przepustowości umożliwiającej udział w zajęciach online, działającą kamerę, mikrofon oraz słuchawki lub głośniki. Wymagane jest korzystanie z aktualnej przeglądarki internetowej oraz dostęp do platformy komunikacyjnej wykorzystywanej podczas szkolenia, do której link zostanie przekazany przed rozpoczęciem zajęć.

Uczestnik powinien posiadać możliwość założenia i korzystania z bezpłatnych kont w narzędziach wykorzystywanych podczas szkolenia (m.in. Canva, Meta Business Suite, ChatGPT) oraz dostęp do materiałów elektronicznych w formatach PDF i DOCX. Rekomendowane jest uczestnictwo w spokojnym otoczeniu umożliwiającym aktywny udział w zajęciach.

Podstawą do potwierdzenia realizacji usługi w części zdalnej jest raport wygenerowany z systemu lub platformy komunikacyjnej, umożliwiający identyfikację uczestników oraz zastosowanego narzędzia.

## Kontakt



**Barbara Cieply**

**E-mail** [barbara.cieply@academico.pl](mailto:barbara.cieply@academico.pl)

**Telefon** (+48) 668 623 967