



Szkolenie - AI W PRAKTYCE BIZNESOWEJ z Przemysławem Blicharskim . Warsztaty z wykorzystaniem zielonych kompetencji i produktów proekologicznych (kwalifikacje)

Numer usługi 2026/04/20/173195/3500654

6 396,00 PLN brutto
5 200,00 PLN netto
399,75 PLN brutto/h
325,00 PLN netto/h
249,58 PLN cena rynkowa ⓘ

CENTRUM
SZKOLENIOWE
MARCELINA DUDEK

★★★★★ 4,9 / 5

814 ocen

- 🗉 Usługa szkoleniowa
- 📄 zdalna w czasie rzeczywistym
- 👥 Zajęcia grupowe
- 🕒 16:00 h
- 📅 08.07.2026 do 09.07.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / PR

Grupa docelowa usługi

Szkolenie skierowane jest do:

- przedsiębiorców, właścicieli firm i osób prowadzących działalność gospodarczą z województwa śląskiego, którzy chcą wdrożyć narzędzia AI w codziennej pracy i procesach biznesowych;
- pracowników działów marketingu, sprzedaży, HR i obsługi klienta, którzy chcą zwiększyć efektywność pracy dzięki AI i automatyzacji;
- specjalistów i freelancerów pragnących zbudować lub wzmocnić markę osobistą w social mediach (LinkedIn, Facebook, Instagram, TikTok) z wykorzystaniem AI;
- osób aktywnych zawodowo chcących podnieść kompetencje cyfrowe w obszarze sztucznej inteligencji – bez wcześniejszej wiedzy technicznej;
- menedżerów i liderów zespołów zainteresowanych wdrożeniem AI do optymalizacji komunikacji i procesów w organizacji.

Minimalna liczba uczestników

6

Maksymalna liczba uczestników

15

Data zakończenia rekrutacji

06-07-2026

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Znak Jakości Małopolskich Standardów Usług Edukacyjno-Szkoleniowych (MSUES) - wersja 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Usługa potwierdza przygotowanie uczestników do samodzielnego i efektywnego wykorzystania narzędzi sztucznej inteligencji w pracy zawodowej – w obszarach tworzenia treści, komunikacji, budowania marki osobistej w social mediach oraz automatyzacji wybranych procesów. Uczestnik nabywa kompetencje cyfrowe w zakresie: obsługi narzędzi AI (ChatGPT, Claude, Gemini, Microsoft Copilot, Perplexity, NotebookLM, Gamma, Canva AI, Suno i inne) do konkretnych zadań biznesowych;

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

| Efekty uczenia się | Kryteria weryfikacji | Metoda walidacji |
|---|--|------------------|
| Rozróżnia działania marketingowe wspierające model gospodarki obiegu zamkniętego w e-commerce | 1. Wyjaśnia różnicę między promocją produktów jednorazowych a kampaniami edukacyjnymi recyklingu | Test teoretyczny |
| | 2. Opisuje programy zwrotu produktów jako narzędzie marketingowe GOZ | Test teoretyczny |
| Charakteryzuje metody projektowania kampanii medialnych z uwzględnieniem śladu węglowego | 1. Wyjaśnia znaczenie certyfikacji zielonej w doborze kanałów cyfrowych | Test teoretyczny |
| | 2. Opisuje zasady doboru papieru z certyfikatem FSC i optymalizacji plików | Test teoretyczny |
| Klasyfikuje narzędzia analityczne do pomiaru wpływu kampanii na zmianę zachowań ekologicznych | 1. Wyjaśnia rolę analizy sentymentu w mediach społecznościowych | Test teoretyczny |
| | 2. Opisuje metodologię badań świadomości ekologicznej przed i po kampanii | Test teoretyczny |
| Wyjaśnia elementy strategii konkurencyjnej marki zrównoważonej na rynku produktów ekologicznych | 1. Charakteryzuje znaczenie autentyczności i wartości marki w pozycjonowaniu | Test teoretyczny |
| | 2. Opisuje wpływ łańcucha dostaw i edukacji konsumentów na pozycję konkurencyjną | Test teoretyczny |
| Mierzy i raportuje wpływ kampanii marketingowej na środowisko naturalne i świadomość | 1. Monitoruje wskaźniki emisji CO ₂ , zużycia papieru, energii i wody w kampaniach | Test teoretyczny |
| | 2. Ocenia wpływ kampanii na świadomość ekologiczną docelowego odbiorcy | Test teoretyczny |

| Efekty uczenia się | Kryteria weryfikacji | Metoda walidacji |
|--|---|------------------------------|
| Wykorzystuje storytelling do komunikacji zaangażowania organizacji w gospodarkę obiegu zamkniętego | 1. Opracowuje narrację marketingową opartą na rzeczywistych działaniach GOZ | Analiza dowodów i deklaracji |
| | 2. Integruje w narracji sukcesy i udział pracowników oraz partnerów biznesowych | Analiza dowodów i deklaracji |
| Pozycjonuje markę poprzez autentyczne zaangażowanie w zrównoważony rozwój biznesu | 1. Opracowuje strategię pozycjonowania oparte na rzeczywistych działaniach proekologicznych | Analiza dowodów i deklaracji |
| | 2. Zapewnia transparentność i dokumentuje innowacyjne sposoby zmniejszania wpływu na | Analiza dowodów i deklaracji |
| Segmentuje rynek identyfikując konsumentów zainteresowanych produktami ekologicznymi | 1. Analizuje wartości i postawy wobec środowiska w profilowaniu segmentów | Analiza dowodów i deklaracji |
| | 2. Określa preferencje zakupowe konsumentów zrównoważonych w badaniach behawioralnych | Analiza dowodów i deklaracji |
| Komunikuje się jasno i konstruktywnie w zespołach pracujących nad kampaniami zielonymi Wykazuje zaangażowanie w promowanie wartości ekologicznych w organizacji i komunikacji | 1. Wyjaśnia koncepcje GOZ i zrównoważonego rozwoju w sposób zrozumiały dla zespołu | Test teoretyczny |
| | 2. Słucha aktywnie opinii kolegów dotyczących propozycji zmian ekologicznych | Test teoretyczny |
| | 1. Inicjuje dyskusje dotyczące integracji celów zrównoważonego rozwoju w strategii | Test teoretyczny |
| | 2. Wspiera działania proekologiczne i promuje zmianę myślenia w zespole | Test teoretyczny |
| Ocenia i wprowadza usprawnienia w kampaniach marketingowych w kontekście wpływu ekologicznego | 1. Analizuje wyniki kampanii pod względem zarówno osiągnięć biznesowych jak i ekologicznych | Test teoretyczny |
| | 2. Proponuje konkretne działania zmniejszające ślad węglowy kampanii | Test teoretyczny |

| Efekty uczenia się | Kryteria weryfikacji | Metoda walidacji |
|---|--|------------------|
| Radzi sobie z wyzwaniami i konfliktami w procesie wdrażania marketingu zrównoważonego | 1. Znajduje rozwiązania równoważące potrzeby biznesu i cele ekologiczne | Test teoretyczny |
| | 2. Pozostaje adaptacyjny wobec zmian w oczekiwaniach konsumentów dotyczących GOZ | Test teoretyczny |

Kwalifikacje

Kwalifikacje niewłączone do ZSK

Uznane kwalifikacje

Pytanie 3. Czy dokument jest certyfikatem wydawanym przez międzynarodowe instytucje?

TAK

Strona internetowa Instytucji Certyfikującej: <https://standardgccs.com/qualifications/>

Strona internetowa Instytucji Walidującej: <https://icvc.eu/kwalifikacje-miedzynarodowe/>

Informacje

| | |
|---------------------------------------|------|
| Nazwa Podmiotu prowadzącego walidację | ICVC |
| Nazwa Podmiotu certyfikującego | GCCS |

Program

Uzasadnienie zgodności z PRT Śląsk 2019-2030 i RIS Śląsk 2030: Usługa wpisuje się w obszar „Technologie informacyjne i telekomunikacyjne” (PRT) oraz inteligentne specjalizacje „Zielona gospodarka” i „Technologie informacyjne i komunikacyjne” (RIS Śląsk 2030). Szkolenie kształci kompetencje wykorzystania narzędzi sztucznej inteligencji do projektowania kampanii marketingowych zgodnych z zasadami Gospodarki Obiegu Zamkniętego (GOZ) i zrównoważonego rozwoju. Uczestnik nabywa umiejętności mierzenia wpływu kampanii na środowisko (ślad węglowy kanałów cyfrowych, zużycie zasobów), pozycjonowania marki poprzez autentyczne zaangażowanie w GOZ, segmentacji rynku pod kątem konsumentów ekologicznych oraz storytellingu opartego na rzeczywistych działaniach proekologicznych – wszystko z wykorzystaniem narzędzi AI jako akceleratora tych procesów. Szkolenie odpowiada na rosnące zapotrzebowanie rynku na specjalistów łączących kompetencje cyfrowe (AI, automatyzacja, analityka) z wiedzą o zrównoważonym marketingu.

DZIEŃ 1 (08.07.2026) – Godziny: 08:00–16:00 (8 h elapsed: 7 h zajęć + 2×30 min przerw)

08:00–10:00 (2 h) | Blok 1: Ekosystem AI i jego rola w zrównoważonym marketingu (Teoria/Praktyka)

- Czy jest sztuczna inteligencja: modele językowe (LLM), narzędzia generatywne, agenty AI – przegląd kategorii (chatboty, wyszukiwarki AI, kreacja treści, analityka)
- AI a rynek pracy w marketingu: co zmienia, co zastępuje, co wzmacnia – dane z polskiego rynku
- Etyka AI: halucynacje, bias algorytmiczny, odpowiedzialność za treści generowane (KS2)
- Wprowadzenie do marketingu zrównoważonego: czym jest GOZ, różnica między greenwashingiem a autentycznym zaangażowaniem ekologicznym marki (W1, KS2)

- Działania marketingowe wspierające GOZ w e-commerce: programy zwrotu produktów, kampanie edukacyjne o recyklingu vs promocja produktów jednorazowych (W1)
- Ślad węglowy kampanii: wpływ kanałów cyfrowych vs druk (papier FSC, optymalizacja nakładów) (W2)
- Certyfikacje zielone w doborze kanałów cyfrowych i materiałów kampanijnych (W2)
- Strategia konkurencyjna marki zrównoważonej – autentyczność, wartości marki, łańcuch dostaw (W4)

10:00–10:30 | PRZERWA

10:30–12:30 (2 h) | Blok 2: Narzędzia AI i prompt engineering dla zielonych kampanii (Praktyka)

- Przegląd narzędzi AI: ChatGPT, Claude, Gemini, Microsoft Copilot, Perplexity AI, NotebookLM
- Porównanie na żywo: to samo zadanie marketingowe w 3 narzędziach AI
- Prompt engineering – anatomia promptu: rola, kontekst, zadanie, format, ograniczenia, ton
- Techniki zaawansowane: chain-of-thought, few-shot prompting, persona prompting
- Custom Instructions – konfiguracja AI pod potrzeby zielonego marketingu
- **Ćwiczenie:** budowa biblioteki 10 promptów do kampanii wspierających GOZ (kampanie o recyklingu, programy zwrotu produktów, komunikacja śladu węglowego) (W1, U1)
- Analiza dokumentów z AI: praca z raportami ESG, danymi o emisjach i dokumentacją ekologiczną firmy

12:30–13:00 | PRZERWA

13:00–16:00 (3 h) | Blok 3: Narzędzia specjalistyczne AI do kreacji zielonych treści (Praktyka)

- Gamma, Tome – generowanie prezentacji strategii zrównoważonego rozwoju marki
- Canva AI – Magic Write, Magic Design, grafiki i wideo z komunikacją ekologiczną (Brand Kit marki zrównoważonej)
- Narzędzia wideo AI: HeyGen (awatary do komunikacji GOZ), Runway/Pika (wideo z promptu), Captions AI
- Suno i Udio – generowanie dźwięku i podkładów audio dla kampanii ekologicznych
- ChatPDF/AskYourPDF – analiza dokumentów środowiskowych, raportów CSR i certyfikatów
- Google AI Studio – darmowe API Gemini dla firm bez budżetu developerskiego
- Optymalizacja kampanii: dobór kanałów cyfrowych z certyfikatami zielonymi i optymalizacja rozmiarów plików (U1)
- Wskazanie dostawców energii odnawialnej i papieru certyfikowanego FSC do kampanii (U1)
- **Ćwiczenie:** każdy uczestnik tworzy z AI prezentację kampanii promującej program zwrotu produktów (GOZ) oraz post graficzny komunikujący zaangażowanie marki w zrównoważony rozwój (U1, U3)

DZIEŃ 2 (09.07.2026) – Godziny: 08:00–16:00 (8 h elapsed: 6 h zajęć + 1 h walidacji + 2×30 min przerw)

08:00–10:00 (2 h) | Blok 1: Tworzenie treści zielonego marketingu z AI (Praktyka)

- AI w copywritingu zrównoważonym: posty social media o wartościach ekologicznych, artykuły o GOZ, newslettery edukacyjne, opisy produktów ekologicznych (U3)
- Tworzenie ofert handlowych i propozycji wartości (USP) opartych na zaangażowaniu proekologicznym marki (U3)
- AI do e-mail marketingu z uwzględnieniem śladu węglowego: optymalizacja wysyłek, segmentacja zmniejszająca liczbę nieskutecznych mailingów (U1)
- Storytelling GOZ z AI: narracja oparta na rzeczywistych działaniach GOZ organizacji, integracja sukcesów pracowników i partnerów oraz wpływu na konsumentów (U4)
- NotebookLM: upload materiałów firmowych (raporty CSR, dane o emisjach) i generowanie raportów, FAQ, skryptów
- **Ćwiczenie:** kompletny zestaw materiałów zielonej komunikacji (post GOZ + oferta z USP ekologicznym + e-mail edukacyjny) z AI w 45 minut (U3, U4)

10:00–10:30 | PRZERWA

10:30–12:30 (2 h) | Blok 2: Personal branding, segmentacja konsumentów i pomiar świadomości ekologicznej (Praktyka)

- Segmentacja rynku z AI: identyfikacja konsumentów ekologicznych – analiza wartości, postaw, preferencji zakupowych w badaniach behawioralnych (W4)
- Pozycjonowanie marki przez autentyczne zaangażowanie w zrównoważony rozwój – transparentność i dokumentowanie działań proekologicznych (U3)
- Personal branding: persona – treść – zasięg – konwersja z komunikacją wartości ekologicznych (U3)
- Optymalizacja profilu z AI (headline, about, featured) – wizerunek eksperta marketingu zrównoważonego
- TikTok i wideo krótkie: AI do skryptów ekologicznych, napisy auto, edycja
- Narzędzia analityczne do pomiaru wpływu kampanii na zachowania ekologiczne: analiza sentymentu w mediach społecznościowych, badania świadomości ekologicznej przed i po kampanii (W3)
- **Ćwiczenie:** 30-dniowy plan contentu z osią GOZ + profil segmentu konsumenta ekologicznego z AI (U3, W3)

12:30–13:00 | PRZERWA

13:00–15:00 (2 h) | Blok 3: Automatyzacja, raportowanie wpływu i RODO (Praktyka)

- Automatyzacje marketingowe bez kodowania z minimalizacją śladu cyfrowego (U1)
- AI w Google Workspace – automatyzacja raportowania wskaźników ekologicznych kampanii (U2)
- Chatbot FAQ z AI: obsługa zapytań o politykę ekologiczną firmy, programy zwrotu, certyfikaty
- Mierzenie wpływu kampanii: wskaźniki emisji CO2, zużycia papieru, energii i wody (U2)
- Raportowanie danych o emisjach CO2, odpadach i zużyciu zasobów naturalnych w kampaniach (U2)
- Ocena wpływu kampanii na świadomość ekologiczną odbiorców z narzędziami AI – identyfikacja obszarów usprawnienia (KS3)
- RODO a AI: jakie dane wolno przekazywać do modeli AI, ochrona danych klientów
- Własność intelektualna i prawa autorskie przy treściach generowanych przez AI
- Wdrażanie AI i marketingu zrównoważonego w firmie: równoważenie celów biznesowych z zobowiązaniami ekologicznymi, komunikowanie ograniczeń (KS4)
- Komunikacja w zespołach zielonych kampanii: wyjaśnianie złożonych zagadnień ekologicznych w prosty sposób, eliminacja praktyk greenwashingu (KS1, KS2)

15:00–16:00 (1 h) | WALIDACJA – test teoretyczny oraz analiza dowodów i deklaracji

Warunki organizacyjne: Sala z dostępem do internetu. Każdy uczestnik pracuje na własnym laptopie z kontem w minimum jednym narzędziu AI (ChatGPT, Claude lub Gemini). Projektor. Dostęp do kont demo: Canva Pro, Gamma, NotebookLM, Google AI Studio. Przykładowe materiały firmowe (raporty CSR, certyfikaty ekologiczne). Materiały szkoleniowe w formie cyfrowej (redukcja zużycia papieru zgodnie z GOZ).

Wymagania wobec uczestników: Ukończone 18 lat. Podstawowa obsługa komputera i przeglądarki. Własny laptop z internetem. Zainteresowanie marketingiem lub komunikacją marki.

Proces walidacji uczestników: Walidacja uczestników jest niezależna od procesu szkoleniowego. Osoba prowadząca szkolenie nie bierze udziału w ocenie swoich kursantów w zakresie, którego nauczała. Kończącą walidację przeprowadza niezależny egzaminator (podmiot zewnętrzny). Wynik przeprowadzonej walidacji jest ogłaszany od razu po zakończeniu szkolenia. Proces walidacji prowadzony jest w formie testu wiedzy oraz analizy dowodu i deklaracji.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 11

| Przedmiot / temat | Typ aktywności | Prowadzący | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|---|----------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| 1 z 11 Ekosystem AI i jego rola w zrównoważonym marketingu – LLM, GOZ w e-commerce, ślad węglowy kampanii, certyfikacje zielone i strategia marki zrównoważonej | Zajęcia | Przemysław Blicharski | 08-07-2026 | 08:00 | 10:00 | 02:00 |
| 2 z 11 - | Przerwa | - | 08-07-2026 | 10:00 | 10:30 | 00:30 |

| Przedmiot / temat | Typ aktywności | Prowadzący | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|---|----------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| 3 z 11 Narzędzia AI i prompt engineering dla zielonych kampanii – ChatGPT, Claude, Gemini, biblioteka promptów GOZ i analiza dokumentów ESG | Zajęcia | Przemysław Blicharski | 08-07-2026 | 10:30 | 12:30 | 02:00 |
| 4 z 11 - | Przerwa | - | 08-07-2026 | 12:30 | 13:00 | 00:30 |
| 5 z 11 Narzędzia specjalistyczne AI do kreacji zielonych treści – Gamma, Canva AI, HeyGen, Suno, ChatPDF oraz dobór kanałów cyfrowych z certyfikatami zielonymi | Zajęcia | Przemysław Blicharski | 08-07-2026 | 13:00 | 16:00 | 03:00 |
| 6 z 11 Tworzenie treści zielonego marketingu z AI – copywriting GOZ, e-mail marketing low-carbon, storytelling i NotebookLM do raportów CSR | Zajęcia | Przemysław Blicharski | 09-07-2026 | 08:00 | 10:00 | 02:00 |
| 7 z 11 - | Przerwa | - | 09-07-2026 | 10:00 | 10:30 | 00:30 |

| Przedmiot / temat | Typ aktywności | Prowadzący | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|---|----------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| 8 z 11 Personal branding, segmentacja konsumentów ekologicznych i pomiar świadomości ekologicznej z analizą sentymentu oraz 30-dniowy plan contentu GOZ | Zajęcia | Przemysław Blicharski | 09-07-2026 | 10:30 | 12:30 | 02:00 |
| 9 z 11 - | Przerwa | - | 09-07-2026 | 12:30 | 13:00 | 00:30 |
| 10 z 11 Automatyzacja zielonego marketingu, raportowanie emisji CO2 i zużycia zasobów, RODO w AI oraz wdrażanie marketingu zrównoważonego w firmie | Zajęcia | Przemysław Blicharski | 09-07-2026 | 13:00 | 15:00 | 02:00 |
| 11 z 11 - | Walidacja | - | 09-07-2026 | 15:00 | 16:00 | 01:00 |

Podsumowanie

| Rodzaj godzin | Liczba godzin |
|--------------------------------------|---------------|
| Suma godzin zegarowych usługi | 16:00 |
| w tym suma godzin zajęć | 13:00 |
| w tym suma godzin walidacji | 01:00 |
| w tym suma przerw | 02:00 |
| Suma godzin dydaktycznych bez przerw | 18:30 |

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 | 6 396,00 PLN |
| Koszt przypadający na 1 uczestnika netto | 5 200,00 PLN |
| Koszt osobogodziny brutto | 399,75 PLN |
| Koszt osobogodziny netto | 325,00 PLN |
| W tym koszt walidacji brutto | 1 107,00 PLN |
| W tym koszt walidacji netto | 900,00 PLN |
| W tym koszt certyfikowania brutto | 492,00 PLN |
| W tym koszt certyfikowania netto | 400,00 PLN |

Liczba godzin usługi

| Rodzaj godzin | Liczba godzin |
|---------------------------------|---------------|
| Liczba godzin zegarowych usługi | 16:00 |

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Przemysław Blicharski

Przemysławem Blicharskim

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Informacje o materiałach dla uczestników niezbędne do realizacji usługi, m.in.:

Materiały szkoleniowe w wersji cyfrowej – zamiast drukowanych ulotek, co wspiera ekologiczną działalność.

Uczestnik szkolenia pracuje na swoim własnym urządzeniu - smartfonie, tablecie lub laptopie.

Informacje dodatkowe

- Warunkiem uzyskania zaświadczenia jest uczestnictwo w co najmniej 80% zajęć usługi rozwojowej
- Karta niniejszej usługi rozwojowej została przygotowana zgodnie z obowiązującym Regulaminem Bazy Usług Rozwojowych
- Szkolenie wspiera cele zawarte w Programie Rozwoju Technologii Województwa Śląskiego na lata 2019 – 2030 w obszarze: TECHNOLOGIE INFORMACYJNE I TELEKOMUNIKACYJNE (pkt. 4.1 – Technologie telekomunikacyjne, pkt. 4.2 – Technologie informacyjne)

Usługa zwolniona z VAT na podstawie §3 ust. 1 pkt 14 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20 grudnia 2013r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień (Dz.U.2013 poz. 1722 z późniejszymi zmianami)

Zapisując się na usługę wyrażasz zgodę na rejestrowanie/nagrywanie swojego wizerunku na potrzeby monitoringu, kontroli oraz w celu utrwalenia efektów uczenia się.

Warunki techniczne

<https://us02web.zoom.us/j/6776440097?pwd=U3lwbVZPV2orVjRoM2krOVdmRjhYQT09>

Kontakt



Marcelina Dudek

E-mail wsparcie@dotacjedlabeauty.pl

Telefon (+48) 730 622 634