



Kompetencje cyfrowe, bezpieczeństwo cyfrowe i marketing z wykorzystaniem AI

Numer usługi 2026/04/22/157622/3506508

14 464,80 PLN brutto
11 760,00 PLN netto
258,30 PLN brutto/h
210,00 PLN netto/h
250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

Grupa WW GovTech
sp. z o.o.

★★★★★ 4,8 / 5
52 oceny

📍 Rzeszów

🏢 Usługa szkoleniowa

📄 mieszana (stacjonarna połączona z usługą zdalną w czasie rzeczywistym)

🕒 56:00 h

📅 17.09.2026 do 25.09.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Szkolenie skierowane jest do osób prowadzących sklepy wielobranżowe, w tym:

- właścicieli sklepów stacjonarnych,
- pracowników odpowiedzialnych za marketing, sprzedaż, obsługę klienta i promocję,
- osoby odpowiedzialne za zarządzanie profilami sklepu w mediach społecznościowych,
- osoby chcące zwiększyć swoje kompetencje cyfrowe i marketingowe w zakresie social media, content marketingu oraz Meta Ads, z wykorzystaniem narzędzi AI.

Minimalna liczba uczestników

1

Maksymalna liczba uczestników

5

Data zakończenia rekrutacji

11-09-2026

Forma prowadzenia usługi

mieszana (stacjonarna połączona z usługą zdalną w czasie rzeczywistym)

Liczba godzin usługi

56

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

Nabycie przez uczestników wiedzy i praktycznych umiejętności w zakresie: analizy marki, grupy docelowej i konkurencji, tworzenia skutecznych treści marketingowych przy wykorzystaniu AI i narzędzi cyfrowych, stosowania zasad content marketingu i strategii komunikacji w mediach społecznościowych, prowadzenia działań promujących sklep w mediach społecznościowych, planowania i realizacji kampanii reklamowych na platformach Meta Ads, zapewnienia podstawowego poziomu bezpieczeństwa cyfrowego.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik rozróżnia elementy analizy marki i strategii komunikacji	Uczestnik wskazuje cele i wartości marki, wyróżniki firmy, archetypy marki oraz elementy analizy konkurencji.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik identyfikuje grupy docelowe i dopasowuje produkty do segmentów rynku	Uczestnik wskazuje segmenty rynku oraz dopasowanie produktów do oczekiwań klientów.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik rozróżnia cele i strategie content marketingowe	Uczestnik wskazuje cele content marketingu, identyfikuje rodzaje treści marketingowych (np. artykuły, posty, blogi) w zależności od celu kampanii.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik wskazuje zastosowanie AI w tworzeniu treści marketingowych	Uczestnik wskazuje narzędzia AI wspierające generowanie treści, research, dobór tematów i planowanie treści.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik rozumie zasady tworzenia treści pisanych zgodnych z celami marketingowymi	Uczestnik wskazuje narzędzia do analizy konkurencji oraz metody pozycjonowania produktów w kontekście rynku i konkurencji.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik określa cele i strategie content marketingowe	Uczestnik identyfikuje cele content marketingu i rozróżnia rodzaje treści marketingowych (np. blogi, artykuły, posty).	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik przygotowuje treści zgodne z celami marketingowymi przy użyciu AI	Uczestnik wskazuje narzędzia AI do generowania treści, tworzenia planów treści i researchu.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik stosuje zasady storytellingu i copywritingu w content marketingu	Uczestnik rozróżnia techniki storytellingu i copywritingu oraz wskazuje ich zastosowanie w tworzeniu angażujących treści.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik ocenia możliwości wykorzystania AI w tworzeniu treści marketingowych	Uczestnik wskazuje aplikacje i narzędzia AI, które wspomagają generowanie pomysłów, pisanie treści oraz optymalizację tekstów.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik dobiera cele kampanii reklamowych w social media, w tym na Facebooku i Instagramie	Uczestnik rozróżnia cele kampanii reklamowych w social media i wskazuje odpowiednie grupy odbiorców.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik projektuje treści wizualne w Canvie i CapCut	Uczestnik wskazuje zasady projektowania grafik, wideo oraz optymalizacji treści pod kątem mediów społecznościowych.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik przygotowuje kampanie reklamowe w Meta Business Suite	Uczestnik identyfikuje cele kampanii, struktury reklam, grupy odbiorców oraz analizuje wyniki kampanii.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik wskazuje zagrożenia w cyberbezpieczeństwie w kontekście działań marketingowych online	Uczestnik wskazuje zagrożenia cyfrowe (phishing, malware, ransomware) i zalecane metody obrony, jak 2FA, MFA, menedżery haseł.	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

Dzień I – online w czasie rzeczywistym

Analiza marki, grupy docelowej, konkurencji, strategia komunikacji

- **Analiza marki:** Cele i wartości marki, wyróżniki firmy i produktów, archetypy marki.
- **Analiza grupy docelowej:** Identyfikacja segmentów rynku, potrzeby i oczekiwania klientów.
- **Strategia produktu:** Dopasowanie produktów do grupy docelowej, pozycjonowanie produktów.
- **Analiza konkurencji:** Narzędzia do analizy działań konkurencyjnych, analiza konkurencji lokalnej i online.
- **Strategia komunikacji:** Wyznaczanie celów komunikacyjnych i marketingowych sklepu.

Dzień II – online w czasie rzeczywistym

Content Marketing, Storytelling, Copywriting, Wykorzystanie AI w tworzeniu treści

- **Definicja Content Marketingu:** Rola contentu w budowaniu marki i generowaniu sprzedaży.
- **Storytelling i copywriting:** Jak wykorzystać storytelling do przyciągania uwagi, zasady skutecznego copywritingu.
- **Wykorzystanie AI w Content Marketingu:** Jak AI wspiera proces tworzenia treści, generowanie pomysłów, research.
- **Tworzenie skutecznych treści:** Zasady pisania treści, które angażują i przyciągają uwagę.
- **Wykorzystanie AI w tworzeniu treści:** Generowanie pomysłów, tworzenie planów treści, research.
- **Ćwiczenie praktyczne z AI:** Użycie narzędzi AI do stworzenia artykułu lub posta promującego sklep.

Dzień III – stacjonarnie

Social Media: Facebook, Instagram

- **Zrozumienie algorytmów Facebooka i Instagrama:** Jak algorytmy wpływają na widoczność treści, czynniki zaangażowania.
- **Formaty postów angażujących odbiorców:** Teksty, zdjęcia, wideo, live streaming.
- **Pomysły na angażujące posty:** Jak tworzyć angażujące posty w social mediach.

Dzień IV – stacjonarnie

Projektowanie treści wizualnych do social media za pomocą Canva i narzędzi AI

- **Tworzenie projektów graficznych:** Dobór szablonów, kolorystyki, czcionek, zdjęć.
- **Dodawanie tekstów, elementów graficznych:** Jak zbudować spójną grafikę.
- **Eksportowanie gotowych projektów:** Jak przygotować pliki graficzne do mediów społecznościowych.
- **Ćwiczenie praktyczne:** Projektowanie grafik na potrzeby postów na Facebooka i Instagram.

Dzień V – stacjonarnie

Tworzenie wideo

- **Tworzenie wideo za pomocą CapCut:** Edycja wideo, montaż materiałów promujących sklep.
- **Planowanie publikacji i tworzenie harmonogramu**

Dzień VI – online w czasie rzeczywistym

Podstawy MetaAds

- **Optymalizacja treści marketingowych:** Jak poprawiać posty i reklamy, by osiągnęły lepsze wyniki
- **Tworzenie i optymalizacja kampanii reklamowych:** Jak ustawić kampanię: cel, grupa odbiorców, budżet.
- **Ćwiczenie praktyczne:** Tworzenie i optymalizacja kampanii reklamowej w Meta Business Suite.

Dzień VII – online w czasie rzeczywistym

Cyberbezpieczeństwo

- **Podstawowe pojęcia cyberbezpieczeństwa:** Zagrożenia takie jak phishing, vishing, smishing, malware, ransomware.
- **Ochrona kont, danych i wiarygodności informacji:** Hasła, 2FA, MFA, menedżery haseł.
- **Bezpieczne korzystanie z narzędzi online:** Jak chronić dane i komunikację marketingową.
- **Ćwiczenie praktyczne:** Rozpoznawanie podejrzanych linków, wiadomości i zabezpieczanie konta e-mailowego

Metody pracy:

- Wykład interaktywny
- Prezentacja multimedialna
- Przykłady i case study
- Ćwiczenia praktyczne
- Dyskusja moderowana i konsultacje

Walidacja:

Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 0

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
Brak wyników.						

Cennik

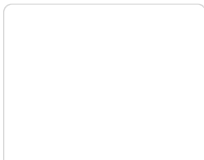
Jeżeli korzystasz z dofinansowania w wysokości co najmniej 70% przysługuje Tobie zwolnienie z podatku VAT

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	14 464,80 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	11 760,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	258,30 PLN
Koszt osobogodziny netto	210,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 4

1 z 4

Wojciech Polar



Przedsiębiorca z ponad 10 letnim doświadczeniem w pracy w e-marketingu branży B2B. Specjalizuje się w transformacji cyfrowej przedsiębiorstw w obszarze automatyzacji procesów e-handlowych i digital marketingowych. Doskonale zna potrzeby rynku i narzędzi na nim obecnych. Prowadził i prowadzi kilka firm (spółek), w których odpowiedzialny jest za zarządzaniem zespołem specjalistów programujących w językach webowych oraz specjalistów digital i performance marketing. Posiada podejście projektowe, w którym wykorzystuje koncepcję lean management. Ukończył szkolenia z zarządzania projektami wg SIX SIGMA. W codziennej pracy wykorzystuje umiejętność budowania relacji przy jednoczesnym osiąganiu własnych celów biznesowych. Koordynuje liczne projekty z obszaru marketingu internetowego (SEO/SEM) i tworzenia aplikacji internetowych (stron CMS i sklepów). Analizuje potrzeby firm i doradza im w zakresie działań programistycznych i marketingowych, szczególnie w obszarze marketingu eksportowego, tworząc strategię obecności na docelowym rynku. Jest autorem kursów publikowanych w Akademii PARP pn. Marketing eksportowy (<https://tiny.pl/wn56z>). Prowadzi szkolenia z zakresu zarządzania transformacją cyfrową w obszarze organizacji. Szczególnie upodobał sobie obszary kompetencji związane z: Zarządzaniem transformacją cyfrową (zarządzanie procesami BPM), Opracowaniem modelu biznesowego, Przywództwo i zarządzanie zespołami w wirtualnym środowisku, Marketing w gospodarce.



2 z 4

Michał Nieroda

Od 2021 roku zajmuję się content marketingiem.

Tworzę różne treści: teksty na strony internetowe, wpisy do mediów społecznościowych i Google Moja firma, opisy produktów, a także artykuły blogowe i inne treści budujące widoczność oraz pozycję w wynikach wyszukiwania.

Zajmuję się również redakcją i korektą tekstów, tworzeniem content planów, zarządzaniem treścią w CMS i analizą efektów pozycjonowania pod SEO.

W pracy wykorzystuję narzędzia AI, które pozwalają mi działać nie tylko szybciej, ale też lepiej.



3 z 4

ELŻBIETA RACHTAN

Od ponad 5 lat zajmuję się marketingiem i social mediami, wspierając firmy usługowe oraz obecnie pracując w agencji marketingowej. Tworzę perswazyjne teksty sprzedażowe, które skutecznie działają na stronach internetowych, w kampaniach online oraz mailingu. Buduję wizerunek eksperta poprzez content SEO – artykuły, newslettery i posty – które angażują odbiorców i wspierają pozycjonowanie stron. Zajmuję się kompleksową obsługą kont w social mediach – od strategii, przez content writing, po tworzenie materiałów wideo (reelsy, TikToki) oraz prowadzenie kampanii reklamowych. Moje doświadczenie wspiera szerokie wykształcenie oraz ukończone kursy SEO, LinkedIn Ads, Google Ads, Meta Ads, ChatGPT oraz Google AI.



4 z 4

ZUZANNA GRZYWA-MEDYŃSKA

Jestem grafikiem z doświadczeniem w pracy w agencji marketingowej, gdzie zajmuję się tworzeniem materiałów wizualnych do mediów społecznościowych, kampanii reklamowych oraz projektów graficznych dla klientów różnych branż. Studiuję grafikę na poziomie akademickim, co pozwala mi łączyć wiedzę teoretyczną z praktyką zawodową.

Na co dzień pracuję w narzędziach projektowych, w tym w Canvie, którą wykorzystuję do szybkiego i efektywnego przygotowywania materiałów graficznych. Posiadam praktyczne umiejętności w

zakresie obsługi Canvy oraz projektowania materiałów dostosowanych do potrzeb biznesowych i marketingowych.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Każdy uczestnik szkolenia otrzyma prezentację ze szkolenia oraz zaświadczenie.

Warunki uczestnictwa

Wymogi unijne związane z realizacją szkolenia z dofinansowaniem:

- Logowanie się pełnym imieniem i nazwiskiem
- Włączona kamera oraz dostęp do mikrofonu

Niespełnienie powyższych może skutkować brakiem dofinansowania

- Warunkiem uzyskania zaświadczenia jest uczestnictwo w co najmniej 80%- 100% (w zależności od programu dofinansowania i podpisanej umowy z Operatorem) zajęć usługi rozwojowej
- W ramach realizacji usług szkoleniowych, Organizator utrwała wizerunek Uczestników w formie nagrań wideo, fotografii lub innych materiałów audiowizualnych wyłącznie w celach archiwizacyjnych, kontrolnych oraz dokumentacyjnych związanych z projektem dofinansowanym.
- Uczestnik zapisując się na szkolenie wyraża zgodę na utrwalenie i wykorzystanie jego wizerunku w wyżej wymienionych celach.
- Organizator nie udostępnia nagrań Uczestnikom po szkoleniu.

Informacje dodatkowe

Podstawa zwolnienia z VAT:

1. art. 43 ust. 1 pkt 29 lit. c ustawy o VAT – dofinansowanie 100%,
2. § 3 ust. 1 pkt 14 rozporządzenia MF – dofinansowanie min. 70%,
3. przy dofinansowaniu poniżej 70% do ceny doliczany jest VAT 23%.

Warunki techniczne

Każdy uczestnik szkolenia powinien mieć możliwość korzystania z komputera z dostępem do Internetu.

Szkolenie będzie się odbywać za pomocą aplikacji Zoom – przed szkoleniem Uczestnicy otrzymają link.

Wymagania techniczne w przypadku szkoleń online:

- Procesor dwurdzeniowy 2GHz lub lepszy (zalecany czterordzeniowy)
- 2 GB pamięci RAM (zalecane 4 GB lub więcej)
- System operacyjny Windows 8 (zalecany Windows 10), Mac OS wersja 10.13 (zalecana najnowsza wersja), Linux, ChromeOS
- Ponieważ szkolenie prowadzone będzie na platformie opartej na przeglądarce, wymagane jest korzystanie z ich najaktualniejszych oficjalnych wersji, takich jak Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, Edge, Opera.
- Będzie to szkolenie realizowane w trybie dyskusji – umożliwi ona uczestnikom rozmowę wideo w czasie rzeczywistym zarówno z prowadzącym, jak też z innymi uczestnikami. Dzięki temu uczestnicy mają wrażenie osobistego udziału w szkoleniu z prowadzącym i innymi uczestnikami.
- Kamera internetowa oraz mikrofon.

Adres

ul. Henryka Jakuba Kreczmera 4/4
35-065 Rzeszów
woj. podkarpackie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



ELŻBIETA RACHTAN

E-mail e.rachtan@grupaww.dev

Telefon (+48) 793 123 470