



Creative Brand  
Mateusz Wrzesiński

★★★★★ 5,0 / 5

15 ocen

## Tworzenie podstaw strategii marki i komunikacji w social mediach z wykorzystaniem ChatGPT i Canva (Facebook i Instagram).

Numer usługi 2026/04/28/192199/3519785

- 📄 Usługa szkoleniowa
- 📄 zdalna w czasie rzeczywistym
- 🕒 18:00 h
- 📅 14.07.2026 do 28.07.2026

4 428,00 PLN brutto  
3 600,00 PLN netto  
246,00 PLN brutto/h  
200,00 PLN netto/h  
250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

## Informacje podstawowe

### Kategoria

Biznes / Marketing

### Grupa docelowa usługi

Szkolenie ma charakter wdrożeniowy i jest skierowane do osób, które prowadzą lub planują prowadzenie działań marki w mediach społecznościowych na poziomie podstawowym.

Grupę docelową stanowią w szczególności:

- właściciele mikro i małych firm,
- osoby odpowiedzialne za działania marketingowe (w tym na Facebooku i Instagramie),
- początkujący specjaliści ds. marketingu i social media,
- przedsiębiorcy oraz członkowie zespołów MŚP i firm rodzinnych.

Usługa jest przeznaczona dla osób, które działają intuicyjnie, bez uporządkowanej strategii, i chcą przełożyć swoje pomysły oraz dotychczasowe działania na spójny, logiczny i możliwy do wdrożenia system komunikacji.

Szkolenie wspiera również osoby korzystające z narzędzi takich jak ChatGPT i Canva, które chcą wykorzystywać je w sposób bardziej świadomy i uporządkowany w codziennej pracy.

### Minimalna liczba uczestników

1

### Maksymalna liczba uczestników

12

### Data zakończenia rekrutacji

09-07-2026

### Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

### Liczba godzin usługi

18

# Cel

## Cel edukacyjny

Celem szkolenia jest przygotowanie uczestników do samodzielnego opracowania podstaw strategii marki oraz strategii komunikacji w mediach społecznościowych (Facebook, Instagram) z wykorzystaniem narzędzi ChatGPT i Canva.

Uczestnicy nabędą umiejętność projektowania spójnej komunikacji marki, tworzenia treści i materiałów wizualnych oraz planowania działań możliwych do wdrożenia w codziennej pracy.

## Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik opisuje podstawowe elementy strategii marki i wyjaśnia ich wpływ na komunikację w social mediach.	Uczestnik wyjaśnia, czym jest marka i wskazuje jej kluczowe elementy na poziomie podstawowym.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uczestnik wskazuje, dlaczego działania w social mediach bez podstaw marki prowadzą do chaosu, niespójności i niskiej jakości komunikacji.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uczestnik rozróżnia działania polegające na „wrzucaniu postów” od świadomego budowania obecności marki.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik potrafi z pomocą ChatGPT określić charakter marki, jej wyróżniki, grupę docelową i wstępny kierunek komunikacji.	Uczestnik opracowuje prosty opis marki (czym się zajmuje, co oferuje, jaki problem rozwiązuje) na podstawie własnego lub zadanego przykładu.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uczestnik wskazuje wyróżniki marki i odróżnia je od ogólnikowych haseł.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uczestnik identyfikuje grupę docelową i podstawowe potrzeby odbiorców.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uczestnik wykorzystuje ChatGPT do uporządkowania informacji o marce i przygotowania prostego szkicu fundamentu marki.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Uczestnik jest gotów podejmować bardziej świadome decyzje dotyczące rozwoju i prezentacji swojej marki w mediach społecznościowych.</p>	<p>Uczestnik uzasadnia w krótkim opisie przypadku wybrane działania komunikacyjne dla marki (co i dlaczego warto publikować).</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
	<p>Uczestnik wskazuje działania komunikacyjne, które uznaje za spójne z charakterem marki.</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
	<p>Uczestnik identyfikuje najczęstsze błędy w treściach publikowanych przez marki na Facebooku i Instagramie.</p> <p>Uczestnik rozróżnia strategię marki i strategię komunikacji.</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p> <p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
<p>Uczestnik wyjaśnia, w jaki sposób strategia marki wpływa na planowanie komunikacji w mediach społecznościowych.</p>	<p>Uczestnik wskazuje podstawowe cele komunikacyjne marki w social mediach.</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
	<p>Uczestnik rozróżnia treści wizerunkowe, edukacyjne, sprzedażowe i angażujące.</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
	<p>Uczestnik opisuje zasady planowania komunikacji na 2–4 tygodnie.</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
<p>Uczestnik potrafi przygotować z wykorzystaniem ChatGPT i Canva podstawowy zestaw treści i materiałów wizualnych do komunikacji marki na Facebooku i Instagramie.</p>	<p>Uczestnik tworzy zestaw filarów treści dla własnej lub przykładowej marki.</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
	<p>Uczestnik przygotowuje z pomocą ChatGPT roboczy pakiet treści (np. opisy postów, propozycje serii publikacji).</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
	<p>Uczestnik tworzy w Canva proste grafiki lub szablony do postów/karuzel zgodne z założeniami marki.</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
	<p>Uczestnik dostosowuje treści i materiały wizualne do specyfiki Facebooka i Instagrama.</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik potrafi opracować prosty plan komunikacji marki na Facebooku i Instagramie i jest gotów wdrażać go w sposób systematyczny, uporządkowany i spójny.	Uczestnik opracowuje prosty kalendarz publikacji na wybrany okres (np. 2–4 tygodnie).	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uczestnik określa priorytety publikacyjne i działania „na start”.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uczestnik przygotowuje listę działań wdrożeniowych do realizacji po szkoleniu.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uczestnik wskazuje sposoby utrzymania regularności działań bez nadmiernego przeciążenia.	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 rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

## Program

Usługa nie koncentruje się na zaawansowanych zagadnieniach analitycznych, reklamowych ani technicznych. Jej celem jest wyposażenie uczestnika w podstawy strategicznego myślenia o marce i komunikacji oraz nauczenie go prostego, codziennego korzystania z narzędzi ChatGPT i Canva w pracy nad obecnością marki w mediach społecznościowych.

### DZIEŃ 1

#### Moduł 1. Marka jako punkt wyjścia – tworzenie prostych podstaw strategii z wykorzystaniem ChatGPT

##### Zakres tematyczny

- Dlaczego działania w social mediach bez podstaw marki prowadzą do chaosu, niespójności i niskiej jakości komunikacji.
- Różnica między „wrzucaniem postów” a świadomym budowaniem obecności marki.
- Czym jest marka w praktyce i jakie elementy są kluczowe na poziomie podstawowym.
- Jak opisać markę prostym językiem: czym się zajmuje, co oferuje, jaki problem rozwiązuje.
- Jak określić wyróżniki marki i odróżnić je od ogólnikowych haseł.
- Jak z pomocą ChatGPT uporządkować informacje o marce i stworzyć pierwszy szkic strategii.
- Jak określić grupę docelową: kto jest odbiorcą marki, czego potrzebuje, czego szuka i jak podejmuje decyzje.
- Jak określić podstawowy ton komunikacji i kierunek wizerunkowy marki.
- Ćwiczenie praktyczne: opracowanie roboczego opisu marki, jej wyróżników i grupy docelowej z użyciem ChatGPT.
- Ćwiczenie praktyczne: stworzenie prostego szkicu fundamentu marki jako bazy do dalszej pracy.

## **Moduł 2. Strategia komunikacji marki – jak przełożyć fundament marki na treści dla Facebooka i Instagrama**

### **Zakres tematyczny**

- Różnica między strategią marki a strategią komunikacji.
- Jak przełożyć założenia marki na komunikaty zrozumiałe dla odbiorcy.
- Jak określić cele komunikacyjne marki w social mediach.
- Jak zbudować filary komunikacji i filary treści.
- Jak rozróżniać treści wizerunkowe, edukacyjne, sprzedażowe i angażujące.
- Jak korzystać z ChatGPT przy tworzeniu pomysłów na posty, serie tematyczne i komunikaty marketingowe.
- Jak pisać prompty, które porządkują myślenie i wspierają tworzenie lepszych treści.
- Jak tworzyć komunikację prostą, spójną i dopasowaną do odbiorcy.
- Najczęstsze błędy w treściach publikowanych przez marki na FB i IG.
- Ćwiczenie praktyczne: stworzenie zestawu filarów treści dla własnej marki.
- Ćwiczenie praktyczne: opracowanie komunikatów marki i przykładowych tematów publikacji.

## **DZIEŃ 2**

### **Moduł 3. ChatGPT w codziennej pracy marketingowej – tworzenie treści i porządkowanie działań**

#### **Zakres tematyczny**

- Jak wykorzystywać ChatGPT w sposób praktyczny i świadomy.
- Jak formułować polecenia, które pomagają tworzyć wartościowe treści.
- Jak wykorzystać ChatGPT do przygotowania opisów postów, nagłówków, CTA i propozycji serii publikacji.
- Jak dopasować styl odpowiedzi narzędzia do charakteru marki.
- Jak poprawiać i rozwijać odpowiedzi wygenerowane przez AI.
- Jak tworzyć zestawy treści dla różnych celów komunikacyjnych.
- Jak wykorzystywać ChatGPT do planowania komunikacji tygodniowej i miesięcznej.
- Jak uniknąć sztucznego, generycznego i niespójnego języka w treściach generowanych przez AI.
- Ćwiczenie praktyczne: stworzenie zestawu promptów do własnej marki.
- Ćwiczenie praktyczne: opracowanie pakietu roboczych treści do publikacji na Facebooku i Instagramie.

### **Moduł 4. Canva w praktyce – jak stworzyć prosty i spójny wizerunek marki**

#### **Zakres tematyczny**

- Dlaczego warstwa wizualna jest częścią strategii marki i komunikacji.
- Jak przełożyć charakter marki na estetykę materiałów.
- Podstawowe zasady spójności wizualnej: kolorystyka, fonty, układ, czytelność.
- Jak dobierać szablony Canva do celu komunikacyjnego i grupy odbiorców.
- Jak przygotować grafiki do postów, karuzel, prostych materiałów promocyjnych i edukacyjnych.
- Jak tworzyć proste szablony wielokrotnego użytku.
- Jak budować rozpoznawalność marki przez powtarzalność wizualną.
- Najczęstsze błędy wizualne w komunikacji marek na FB i IG.
- Ćwiczenie praktyczne: stworzenie własnych szablonów komunikacyjnych w Canva.
- Ćwiczenie praktyczne: przygotowanie materiałów wizualnych zgodnych z przyjętym kierunkiem marki.

## **DZIEŃ 3**

### **Moduł 5. Plan komunikacji na Facebook i Instagram – od strategii do wdrożenia**

#### **Zakres tematyczny**

- Jak połączyć strategię marki, treści i warstwę wizualną w jeden prosty system działania.

- Jak zaplanować komunikację na 2–4 tygodnie.
- Jak dobrać częstotliwość publikacji do realnych możliwości marki.
- Jak dopasować format treści do celu: post, karuzela, rolka, relacja, grafika informacyjna.
- Jak budować prosty kalendarz treści.
- Jak określić priorytety publikacyjne i działania „na start”.
- Jak przygotować plan działań możliwy do wdrożenia bezpośrednio po szkoleniu.
- Jak utrzymać regularność bez nadmiernego przeciążenia.
- Ćwiczenie praktyczne: opracowanie kalendarza publikacji dla własnej marki.
- Ćwiczenie praktyczne: przygotowanie listy działań wdrożeniowych do realizacji po szkoleniu.

## Moduł 6. Walidacja efektów uczenia się

Walidacja efektów uczenia się zostanie przeprowadzona w formie testu z wynikiem generowanym automatycznie, przeprowadzony przez trenera Mateusza Wrzesińskiego.

Czas przeznaczony na walidację wynosi **45 minut**.

### Metody pracy

Prezentacje trenerskie, omówienie przykładów, dyskusja moderowana, pytania i odpowiedzi, ćwiczenia refleksyjne indywidualne.

### Szkolenie ma charakter praktyczny.

Uczestnicy pracują na własnych markach, własnych kanałach komunikacyjnych lub na przygotowanych przykładach roboczych.

Prezentacje trenerskie, omówienie przykładów, dyskusja moderowana, pytania i odpowiedzi, ćwiczenia refleksyjne indywidualne.

### Szkolenie odbywa się w godzinach zegarowych( 1 godzina = 60 minut).

Liczba godzin usługi jest liczona w godzinach zegarowych i obejmuje proces kształcenia, walidację oraz przerwy. W trakcie szkolenia przewidziane są przerwy, które stanowią integralną część usługi rozwojowej.

Łącznie: **18 godzin zegarowych**, w tym: 7 godzin zajęć teoretycznych, 8 godzin i 45 minut zajęć praktycznych, 45 minut walidacji, 90 minut przerw. Przerwy są wliczone w czas trwania usługi.

Podczas szkolenia przewidywane są drobne przerwy fizjologiczne zależne od potrzeb i dynamiki grupy.

**Uczestnik może korzystać ze zwolnienia z VAT**, jeżeli usługa jest finansowana w co najmniej 70% ze środków publicznych (np. KFS, dofinansowanie w ramach BUR). Na fakturze zostanie zamieszczona adnotacja:

**„Zwolnienie z VAT na podstawie § 3 ust. 1 pkt 14 Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20 grudnia 2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług (Dz.U. z 2020 r. poz. 1983)”.**

## Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 0

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
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	4 428,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	3 600,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	246,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	200,00 PLN

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

### MATEUSZ WRZESIŃSKI

Mateusz Wrzesiński to ekspert marketingu i transformacji cyfrowej z blisko 20-letnim doświadczeniem w pracy z menedżerami, zespołami oraz właścicielami firm. W swojej pracy łączy strategiczne myślenie z praktycznym podejściem operacyjnym, dzięki czemu wspiera organizacje w skutecznym wdrażaniu marketingu, technologii oraz nowoczesnych narzędzi cyfrowych. Specjalizuje się w obszarach marketingu strategicznego, e-commerce oraz wykorzystania sztucznej inteligencji w biznesie. Wspiera firmy w budowaniu skutecznych strategii marketingowych, analizie potrzeb klientów, projektowaniu procesów sprzedażowych oraz wdrażaniu narzędzi cyfrowych i automatyzacji, które zwiększają efektywność działań biznesowych. Posiada wieloletnie doświadczenie w pracy z menedżerami i zespołami, dzięki czemu doskonale rozumie wyzwania związane z wdrażaniem nowych narzędzi i technologii w organizacjach. Podczas szkoleń koncentruje się na praktycznych zastosowaniach wiedzy - pokazuje, jak wykorzystać marketing, dane oraz narzędzia AI w codziennej pracy, aby podejmować lepsze decyzje biznesowe i zwiększać konkurencyjność firmy. Jego szkolenia wyróżnia praktyczne podejście oraz koncentracja na narzędziach, które uczestnicy mogą wykorzystać od razu w swojej pracy. Zamiast teorii koncentruje się na realnych przykładach, studiach przypadków oraz ćwiczeniach opartych na rzeczywistych wyzwaniach biznesowych.

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Każdy uczestnik po zakończeniu szkolenia otrzymuje następujące materiały / pomoce szkoleniowe:

- opracowane materiały edukacyjne - skrypt szkoleniowy w wersji elektronicznej,
- prezentację wykorzystywaną podczas szkolenia,
- wybrane pomoce dydaktyczne, takie jak: literatura branżowa, raporty branżowe.

**Wszystkie materiały szkoleniowe udostępnione uczestnikom są chronione prawem autorskim i przeznaczone wyłącznie do ich własnego użytku**

## Warunki uczestnictwa

### Wymagania formalne:

- pełnoletność,
- ukończona szkoła średnia.

### Wymagania merytoryczne:

- podstawowa umiejętność obsługi komputera i korzystania z Internetu,
- gotowość do pracy na własnej marce, ofercie lub przykładzie biznesowym (jeśli uczestnik ją posiada)

### Wymagania organizacyjne:

- obowiązek obecności na co najmniej 80% godzin dydaktycznych usługi,
- aktywny udział w zajęciach, w szczególności w częściach warsztatowych( włączona kamera i mikrofon),
- niespełnienie warunku obecności może skutkować brakiem zaświadczenia ukończenia szkolenia.

## Warunki techniczne

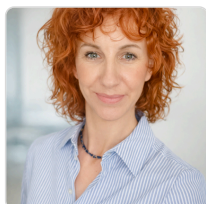
Szkolenie odbywa się poprzez aplikację: **ClickMeeting**.

### Wymagania techniczne:

- Procesor 2-rdzeniowy 2GHz lub lepszy (zalecany 4-rdzeniowy);
  - 2GB pamięci RAM (zalecane 4GB)
  - System operacyjny Windows 8 (zalecany Windows 10), Mac OS wersja 10.13 (zalecana najnowsza wersja)
  - Aktualna przeglądarka internetowa: zalecany Google Chrome, dopuszczalne Mozilla Firefox lub Safari (w najnowszej wersji)
  - Stałe i stabilne łącze internetowe o prędkości 1,5 Mbps (zalecane 2,5 Mbps z obrazem w jakości HD)
  - kamera, mikrofon oraz głośniki lub słuchawki - wbudowane lub zewnętrzne
- konto lub dostęp do ChatGPT w zakresie umożliwiającym wykonywanie ćwiczeń,
  - konto lub dostęp do Canva w zakresie umożliwiającym wykonywanie ćwiczeń.

**Rekomendujemy korzystanie z komputera/laptopa oraz słuchawek z mikrofonem, co poprawia komfort pracy i jakość dźwięku.**

## Kontakt



**KAROLINA NAWROT**

**E-mail** karolina.nawrot@creativebrand.pl

**Telefon** (+48) 511 509 703