



SOCIAL ACADEMY
Dawid Kuligowski
Brak ocen dla tego dostawcy

Praktyczne wdrożenie AI, narzędzi cyfrowych i zrównoważonej komunikacji marketingowo-sprzedażowej w social mediach

Numer usługi 2026/05/06/218361/3543155

- 📍 Warszawa
- 🏠 Usługa szkoleniowa
- 📄 stacjonarna
- 👥 Zajęcia grupowe
- 🕒 16:00 h
- 📅 20.06.2026 do 21.06.2026

5 904,00 PLN brutto
4 800,00 PLN netto
369,00 PLN brutto/h
300,00 PLN netto/h
183,33 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria

Informatyka i telekomunikacja / Aplikacje biznesowe

Grupa docelowa usługi

Usługa skierowana jest do przedsiębiorców, właścicieli firm, osób samozatrudnionych, twórców, specjalistów ds. marketingu i sprzedaży oraz pracowników odpowiedzialnych za komunikację marki, social media, tworzenie treści, pozyskiwanie klientów online i działania promocyjne w internecie.

Szkolenie jest przeznaczone dla osób, które chcą uporządkować strategię obecności marki w mediach społecznościowych, wdrożyć AI i narzędzia cyfrowe do codziennej pracy marketingowo-sprzedażowej oraz tworzyć skuteczną, odpowiedzialną i wiarygodną komunikację z uwzględnieniem zasad zrównoważonego rozwoju, green marketingu i unikania greenwashingu.

Uczestnik powinien posiadać podstawową umiejętność korzystania z komputera lub smartfona oraz chęć pracy na przykładach własnej firmy, marki, produktu lub usługi.

Minimalna liczba uczestników

5

Maksymalna liczba uczestników

20

Data zakończenia rekrutacji

05-06-2026

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

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

Rozwój praktycznych kompetencji w zakresie wykorzystania AI, narzędzi cyfrowych i social mediów w odpowiedzialnej komunikacji marketingowo-sprzedażowej. Uczestnik nauczy się tworzyć strategię marki, komunikaty sprzedażowe, plan contentu, materiały wideo oraz analizować przekazy pod kątem wiarygodności i greenwashingu.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik projektuje strategię obecności marki w social mediach z uwzględnieniem grupy docelowej, celu profilu, filarów komunikacji, wartości marki oraz zasad odpowiedzialnej i zrównoważonej komunikacji.	Uczestnik określa grupę docelową, cel profilu, główną obietnicę marki, minimum 3 filary komunikacji oraz wskazuje, w jaki sposób marka może komunikować wartości związane z odpowiedzialnością i zrównoważonym rozwojem.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik tworzy komunikaty marketingowo-sprzedażowe dopasowane do odbiorcy, kanału komunikacji i celu biznesowego, wykorzystując język korzyści, etyczną perswazję oraz wezwania do działania.	Uczestnik przygotowuje komunikat sprzedażowy zawierający problem odbiorcy, obietnicę wartości, korzyści, argument wiarygodności oraz CTA. Potrafi wskazać różnicę między perswazją a manipulacją.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik planuje content w social mediach oraz tworzy harmonogram publikacji uwzględniający treści edukacyjne, sprzedażowe, wizerunkowe, budujące zaufanie oraz odpowiedzialne.	Uczestnik opracowuje przykładową miesięczną mapę contentu, wskazuje typy publikacji, cele komunikacyjne, kolejność publikacji oraz minimum jeden komunikat związany z transparentnością, green marketingiem lub unikaniem greenwashingu.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik przygotowuje krótką formę wideo lub scenariusz wideo do social mediów, zgodny ze strategią marki, zasadami komunikacji sprzedażowej i podstawowymi zasadami nagrywania telefonem.	Uczestnik tworzy scenariusz lub nagranie zawierające hook, wartość dla odbiorcy, język korzyści, element wiarygodności oraz CTA. Potrafi wskazać podstawowe zasady kadru, światła, dźwięku i autentyczności przed kamerą.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik wykorzystuje narzędzia AI i narzędzia cyfrowe, takie jak ChatGPT, Canva i CapCut, do wspierania procesu tworzenia treści, komunikatów sprzedażowych, materiałów wizualnych i wideo.	Uczestnik przygotowuje przykładowy prompt, generuje pomysł lub scenariusz treści, wskazuje zastosowanie Canvy lub CapCut w procesie pracy oraz potrafi ocenić komunikat pod kątem konkretności, wiarygodności i ryzyka greenwashingu.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik opracowuje indywidualny plan wdrożenia działań marketingowo-sprzedażowych w social mediach z wykorzystaniem AI, narzędzi cyfrowych i zasad zrównoważonej komunikacji marki.	Uczestnik przygotowuje plan wdrożenia obejmujący poprawki profilu, komunikaty sprzedażowe, pomysły na treści, harmonogram publikacji, mini-kampanię oraz działania związane z odpowiedzialną i transparentną komunikacją marki.	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

Szkolenie stacjonarne „Praktyczne wdrożenie AI, narzędzi cyfrowych i zrównoważonej komunikacji marketingowo-sprzedażowej w social mediach” ma charakter praktyczny i warsztatowy. Usługa rozwija kompetencje uczestników w zakresie wykorzystania social mediów, AI, narzędzi cyfrowych, komunikacji sprzedażowej oraz zasad odpowiedzialnego i zrównoważonego marketingu.

Program odpowiada na potrzebę wdrażania w firmach nowych technologii, narzędzi pracy i procesów komunikacji z klientem. Uczestnicy uczą się wykorzystywać AI, ChatGPT, Canwę, CapCut, krótkie formy wideo i social media jako praktyczne narzędzia wspierające marketing, sprzedaż, pozyskiwanie klientów online oraz budowanie wiarygodnego wizerunku marki.

Szkolenie uwzględni również zielone kompetencje, w tym podstawy green marketingu, odpowiedzialnej komunikacji, transparentności marki i unikania greenwashingu. Uczestnicy uczą się tworzyć komunikaty marketingowe i sprzedażowe oparte na faktach, wartościach marki i realnych działaniach firmy.

DZIEŃ 1 – STRATEGIA, SPRZEDAŻ I PROFIL MARKI

1. Otwarcie szkolenia i kontekst zmian rynkowych

Wprowadzenie do tematyki szkolenia. Omówienie roli social mediów, AI, narzędzi cyfrowych i odpowiedzialnej komunikacji w nowoczesnym biznesie. Przedstawienie celów szkolenia, efektów uczenia się oraz zasad pracy warsztatowej.

2. Strategia obecności marki w social mediach jako fundament sprzedaży i odpowiedzialnej komunikacji

Uczestnicy poznają zasady budowania strategii obecności marki w mediach społecznościowych. Omawiane są cele profilu, grupa docelowa, wybór kanałów komunikacji, filary komunikacji, obietnica marki, budowanie zaufania i rola treści w procesie sprzedażowym. Moduł uwzględnia również komunikowanie wartości marki, zrównoważonego rozwoju, jakości, transparentności i odpowiedzialności.

Warsztat: opracowanie szkicu strategii obecności marki w social mediach.

3. Psychologia sprzedaży, etyczna perswazja i komunikacja wartości marki

Uczestnicy uczą się, jak marki sprzedają poprzez social media oraz jak tworzyć skuteczne komunikaty sprzedażowe. Omawiane są mechanizmy podejmowania decyzji zakupowych, język korzyści, obiekcje klientów, struktura komunikatu sprzedażowego, CTA, etyka perswazji oraz różnica między perswazją a manipulacją. Moduł obejmuje także ryzyko greenwashingu i zasady odpowiedzialnego komunikowania wartości ekologicznych, społecznych i jakościowych.

Warsztat: stworzenie komunikatu sprzedażowego dla własnej marki, produktu lub usługi.

4. Profil sprzedażowy w social mediach: bio, wygląd, CTA i wiarygodność marki

Uczestnicy uczą się, jak przełożyć strategię i komunikat sprzedażowy na strukturę profilu w social mediach. Omawiane są: nazwa profilu, bio, zdjęcie profilowe, CTA, wyróżnione relacje, przypięte posty, spójność wizualna, ścieżka odbiorcy i elementy budujące zaufanie. Moduł obejmuje również pokazywanie wartości marki, odpowiedzialności, transparentności i realnych działań firmy w profilu.

Warsztat: audyt profilu lub przygotowanie struktury nowego profilu sprzedażowego.

5. Podsumowanie dnia 1 – mapa strategii, sprzedaży i profilu

Uczestnicy porządkują efekty pracy z pierwszego dnia. Łączą grupę docelową, cel profilu, filary komunikacji, komunikat sprzedażowy i strukturę profilu w jedną mapę działań. Przygotowują listę najważniejszych zmian do wdrożenia w profilu i komunikacji marki.

DZIEŃ 2 – CONTENT, WIDEO, KAMPANIE I AI

6. Planowanie contentu i proces tworzenia treści w social mediach

Uczestnicy uczą się, jak przełożyć strategię marki na konkretny plan treści. Omawiane są rodzaje contentu: edukacyjny, sprzedażowy, wizerunkowy, ekspercki, relacyjny, viralowy i odpowiedzialny. Moduł obejmuje planowanie miesiąca komunikacji, tworzenie serii contentowych, przygotowanie tematów, projektowanie postów, rolek, stories i materiałów graficznych, a także zrównoważone podejście do produkcji treści.

Warsztat: stworzenie miesięcznej mapy contentu.

7. Wideo telefonem jako narzędzie sprzedaży, zaufania i autentycznej komunikacji

Uczestnicy poznają zasady tworzenia krótkich form wideo do social mediów. Omawiane są: przygotowanie do nagrania, praca z kamerą, autentyczność, światło, kadr, dźwięk, tło, struktura rolki, hook, wartość dla odbiorcy, język korzyści, dowód wiarygodności i CTA. Uczestnicy uczą się nagrywać materiały pokazujące ofertę, proces, kulisy, jakość i odpowiedzialne działania marki.

Warsztat: przygotowanie scenariusza i nagranie krótkiej formy wideo lub opracowanie gotowego scenariusza rolki.

8. Publikacja, harmonogram i kampanie: od contentu organicznego do sprzedaży

Uczestnicy uczą się, jak układać kolejność publikacji oraz jak łączyć treści organiczne z kampaniami sprzedażowymi. Omawiane są: harmonogram publikacji, treści zasięgowe, sprzedażowe i budujące zaufanie, mini-kampanie, podstawowa analiza skuteczności działań, optymalizacja treści pod sprzedaż oraz odpowiedzialne kampanie reklamowe. Moduł obejmuje także unikanie przesadzonych deklaracji i greenwashingu.

Warsztat: przygotowanie harmonogramu publikacji i mini-kampanii sprzedażowej.

9. AI, Canva, ChatGPT i CapCut w procesie tworzenia komunikacji marketingowo-sprzedażowej

Uczestnicy uczą się wykorzystywać AI i narzędzia cyfrowe w codziennej pracy marketingowej. Omawiane są: ChatGPT do tworzenia pomysłów, scenariuszy, komunikatów i ofert, projektowanie promptów, wykorzystanie AI do analizy potrzeb klientów i sprawdzania wiarygodności komunikatów, Canva do materiałów wizualnych, CapCut do montażu krótkich form wideo oraz poprawa jakości audio/wideo z wykorzystaniem narzędzi cyfrowych.

Warsztat: przygotowanie promptu, scenariusza, materiału wizualnego lub elementu montażowego oraz analiza komunikatu pod kątem konkretności, wiarygodności i ryzyka greenwashingu.

10. Walidacja efektów uczenia się

Walidacja zostanie przeprowadzona w formie testu teoretycznego z wynikiem generowanym automatycznie. Test obejmuje zagadnienia dotyczące strategii social media, komunikacji sprzedażowej, planowania contentu, krótkich form wideo, wykorzystania AI i narzędzi cyfrowych oraz zasad odpowiedzialnej komunikacji marketingowej, green marketingu i unikania greenwashingu.

11. Finał szkolenia: indywidualny plan wdrożenia „30 dni do skuteczniejszej komunikacji i sprzedaży online”

Uczestnicy łączą wszystkie elementy szkolenia w praktyczny plan wdrożenia. Opracowują działania do wykonania po szkoleniu, w tym poprawki profilu, komunikaty sprzedażowe, pomysły na treści, harmonogram publikacji, mini-kampanię, proces pracy z AI oraz działania związane z odpowiedzialną, transparentną i zrównoważoną komunikacją marki.

Rezultatem szkolenia jest przygotowanie uczestnika do wdrożenia w firmie uporządkowanego procesu komunikacji marketingowo-sprzedażowej w social mediach z wykorzystaniem AI, narzędzi cyfrowych i zasad zrównoważonego marketingu.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 18

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 18 Otwarcie: cele, nowe technologie, AI w sprzedaży i marketingu	Zajęcia	DAWID KULIGOWSKI	20-06-2026	10:00	10:15	00:15
2 z 18 Otwarcie: strategia social media i zasady pracy warsztatowej	Zajęcia	KATARZYNA BARTOCHA	20-06-2026	10:15	10:30	00:15
3 z 18 Strategia obecności marki w social mediach i odpowiedzialna komunikacja	Zajęcia	KATARZYNA BARTOCHA	20-06-2026	10:30	12:30	02:00
4 z 18 -	Przerwa	-	20-06-2026	12:30	12:45	00:15
5 z 18 Psychologia sprzedaży, etyczna perswazja i greenwashing	Zajęcia	DAWID KULIGOWSKI	20-06-2026	12:45	14:45	02:00

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
6 z 18 -	Przerwa	-	20-06-2026	14:45	15:30	00:45
7 z 18 Profil sprzedażowy: bio, CTA, wygląd i wiarygodność marki	Zajęcia	KATARZYNA BARTOCHA	20-06-2026	15:30	17:15	01:45
8 z 18 Podsumowanie: komunikat sprzedażowy i perswazja w profilu	Zajęcia	DAWID KULIGOWSKI	20-06-2026	17:15	17:35	00:20
9 z 18 Podsumowanie: mapa strategii, profilu i zmian do wdrożenia	Zajęcia	KATARZYNA BARTOCHA	20-06-2026	17:35	18:00	00:25
10 z 18 Planowanie contentu i proces tworzenia treści w social mediach	Zajęcia	KATARZYNA BARTOCHA	21-06-2026	10:00	12:00	02:00
11 z 18 -	Przerwa	-	21-06-2026	12:00	12:15	00:15
12 z 18 Wideo telefonem: nagranie rolki, hook, kadr, światło i CTA	Zajęcia	DAWID KULIGOWSKI	21-06-2026	12:15	14:15	02:00
13 z 18 -	Przerwa	-	21-06-2026	14:15	15:00	00:45
14 z 18 Publikacja, harmonogram i mini-kampanie sprzedażowe	Zajęcia	KATARZYNA BARTOCHA	21-06-2026	15:00	15:50	00:50

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
15 z 18 AI, ChatGPT, Canva i CapCut w komunikacji marketingowej	Zajęcia	DAWID KULIGOWSKI	21-06-2026	15:50	17:00	01:10
16 z 18 -	Walidacja	DAWID KULIGOWSKI	21-06-2026	17:00	17:20	00:20
17 z 18 Plan wdrożenia: AI, wideo i komunikaty sprzedażowe	Zajęcia	DAWID KULIGOWSKI	21-06-2026	17:20	17:40	00:20
18 z 18 Plan wdrożenia: profil, content, harmonogram i kampanie	Zajęcia	KATARZYNA BARTOCHA	21-06-2026	17:40	18:00	00:20

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	16:00
w tym suma godzin zajęć	13:40
w tym suma godzin walidacji	00:20
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	5 904,00 PLN

Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	4 800,00 PLN
--	--------------

Koszt osobogodziny brutto	369,00 PLN
---------------------------	------------

Koszt osobogodziny netto	300,00 PLN
--------------------------	------------

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
---------------	---------------

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

Prowadzący

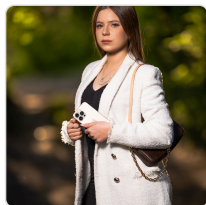
Liczba prowadzących: 2



1 z 2

DAWID KULIGOWSKI

Posiadam kilkuletnie doświadczenie w realizacji działań marketingowych dla firm oraz twórców. Jako założyciel Social Academy odpowiadam za tworzenie strategii komunikacji, produkcję treści wideo oraz rozwój obecności marek w mediach społecznościowych. W pracy szkoleniowej koncentruję się na praktycznych aspektach marketingu, sprzedaży i wykorzystania narzędzi AI w komunikacji online.



2 z 2

KATARZYNA BARTOCHA

Specjalistka social media marketingu i strategii komunikacji cyfrowej z ponad 7-letnim doświadczeniem. Projektuje strategie obecności marek w social mediach, tworzy i optymalizuje treści wideo, planuje kampanie, analizuje wyniki i zwiększa sprzedaż w kanałach online. Uczy budowania contentu, formatów Reels/TikTok, skalowania zasięgów, pracy z algorytmami oraz monetyzacji profili. W Social Academy prowadzi szkolenia i mentoring. Prelegentka na Uniwersytecie Wrocławskim.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Szkolenie ma charakter praktyczno-warsztatowy. Uczestnicy pracują często na przykładach własnej firmy, marki, produktu lub usługi, dzięki czemu efektem szkolenia jest gotowy plan wdrożenia działań marketingowo-sprzedażowych w social mediach.

Uczestnicy powinni posiadać smartfon, a opcjonalnie laptop, aby móc wykonywać ćwiczenia związane z tworzeniem treści, pracą z AI, Canvą, CapCutem oraz planowaniem komunikacji online.

W ramach szkolenia przewidziane są ćwiczenia praktyczne, praca indywidualna, analiza przykładów, tworzenie komunikatów sprzedażowych, planowanie contentu, przygotowanie scenariuszy wideo oraz wykorzystanie narzędzi cyfrowych i AI.

Walidacja efektów uczenia się zostanie przeprowadzona w formie testu teoretycznego z wynikiem generowanym automatycznie. Po ukończeniu usługi uczestnik otrzymuje zaświadczenie ukończenia szkolenia.

W trakcie szkolenia przewidziane są przerwy organizacyjne zgodnie z harmonogramem. Miejsce realizacji zapewnia komfortowe warunki do pracy warsztatowej, dostęp do Wi-Fi, projektora, klimatyzacji oraz zaplecza umożliwiającego sprawną organizację szkolenia.

Warunki uczestnictwa

Warunkiem uczestnictwa jest posiadanie podstawowej umiejętności korzystania z komputera lub smartfona oraz podstawowej znajomości obsługi internetu i mediów społecznościowych.

Do udziału w szkoleniu nie jest wymagane wcześniejsze doświadczenie w pracy z narzędziami AI, Canvą ani CapCutem. Zalecane jest posiadanie smartfona z dostępem do internetu oraz opcjonalnie laptopa.

Uczestnik powinien mieć możliwość pracy na przykładzie własnej firmy, marki, produktu, usługi lub projektu.

Warunkiem ukończenia usługi i otrzymania zaświadczenia jest obecność na minimum 70% czasu trwania szkolenia oraz uzyskanie minimum 70% poprawnych odpowiedzi z testu teoretycznego z wynikiem generowanym automatycznie.

Informacje dodatkowe

Walidacja efektów uczenia się uczestników usługi zostanie przeprowadzona w formie testu teoretycznego z wynikiem generowanym automatycznie. Test będzie obejmował zestaw pytań sprawdzających wiedzę i rozumienie zagadnień omawianych podczas szkolenia, w tym strategię social media, komunikację sprzedażową, planowanie contentu, tworzenie krótkich form wideo, wykorzystanie AI i narzędzi cyfrowych oraz zasady odpowiedzialnej komunikacji marketingowej, green marketingu i unikania greenwashingu.

Test zostanie przygotowany przez osoby prowadzące szkolenie, jednak wynik testu będzie generowany automatycznie, bez ingerencji trenerów w ocenę odpowiedzi uczestników. Warunkiem zaliczenia walidacji jest uzyskanie minimum 70% poprawnych odpowiedzi.

Adres

Warszawa 56/Budynek GH

00-844 Warszawa

woj. mazowieckie

Szkolenie odbywa się w profesjonalnej sali konferencyjnej ADN Centrum Konferencyjne, zlokalizowanej w Browarach Warszawskich, w budynku GH, wejście B, przy ul. Grzybowskiej 56 w Warszawie.

Miejsce zapewnia komfortowe warunki do pracy warsztatowej: biurka/stoliki, wygodne miejsca siedzące, projektor, dostęp do Wi-Fi oraz klimatyzację. Sala umożliwia prowadzenie części wykładowej, ćwiczeń praktycznych oraz pracy z laptopami i smartfonami uczestników.

Lokalizacja w Browarach Warszawskich zapewnia bardzo dobry standard organizacyjny oraz wygodny dostęp do zaplecza gastronomicznego w bezpośrednim sąsiedztwie, co sprzyja komfortowej organizacji przerw, w tym przerwy lunchowej.

Miejscowość: Warszawa

Ulica: Grzybowska

Kod pocztowy: 00-844

Nr budynku: 56

Budynek GH, wejście B

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



DAWID KULIGOWSKI

E-mail info@socialacademy.pl

Telefon (+48) 600 137 406