



Social Media Manager z wykorzystaniem technologii sztucznej inteligencji i zrównoważonych narzędzi cyfrowych

Numer usługi 2026/05/08/52663/3547434

5 000,00 PLN brutto
5 000,00 PLN netto
156,25 PLN brutto/h
156,25 PLN netto/h
250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

AWDIR KRYSTIAN
BAJOR

★★★★★ 4,9 / 5

2 678 ocen

- 📄 Usługa szkoleniowa
- 📺 zdalna w czasie rzeczywistym
- 👥 Zajęcia grupowe
- 🕒 32:00 h
- 📅 18.07.2026 do 26.07.2026

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Grupa docelowa usługi	<ul style="list-style-type: none">Osób planujących rozpocząć karierę w danej branży i poszukujących praktycznych umiejętności oraz wiedzy.Osób młodych, które są na etapie wyboru ścieżki zawodowej i chcą zdobyć kompetencje przydatne na rynku pracy.Pasjonatów tematyki związanej ze szkoleniem, zainteresowanych poszerzaniem swojej wiedzy i umiejętności.Osób z doświadczeniem, które chcą odświeżyć lub zaktualizować swoje kompetencje w oparciu o aktualne trendy i dobre praktyki.
Minimalna liczba uczestników	2
Maksymalna liczba uczestników	12
Data zakończenia rekrutacji	11-07-2026
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
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

Usługa przygotowuje do zdobycia praktycznych umiejętności z zakresu Google Ads, rozwijając jednocześnie zielone kompetencje w marketingu cyfrowym. Uczestnicy nauczą się optymalizacji kampanii reklamowych, koncentrując się na efektywności działań oraz zrównoważonym rozwoju, uwzględniając ekologiczne aspekty w zarządzaniu kampaniami.

Celem jest przekazanie umiejętności tworzenia i zarządzania kampaniami reklamowymi w sposób odpowiedzialny, efektywny i zgodny z zasadami zrównoważonego rozwoju.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Rozróżnia działania marketingowe wspierające model gospodarki o obiegu zamkniętym w handlu elektronicznym (e-commerce)	Wyjaśnia różnicę między promocją produktów jednorazowych a kampaniami edukacyjnymi dotyczącymi recyklingu	Test teoretyczny
	Opisuje programy zwrotu produktów jako narzędzie marketingowe w gospodarce o obiegu zamkniętym	Test teoretyczny
Charakteryzuje metody projektowania kampanii medialnych z uwzględnieniem śladu węglowego	Wyjaśnia znaczenie certyfikacji zielonej w doborze kanałów cyfrowych	Test teoretyczny
	Opisuje zasady doboru papieru z certyfikatem FSC i optymalizacji plików	Test teoretyczny
Klasyfikuje narzędzia analityczne do pomiaru wpływu kampanii na zmianę zachowań ekologicznych	Wyjaśnia rolę analizy sentymentu w mediach społecznościowych	Test teoretyczny
	Opisuje metodologię badań świadomości ekologicznej przed i po kampanii	Test teoretyczny
Wyjaśnia elementy strategii konkurencyjnej marki zrównoważonej na rynku produktów ekologicznych	Charakteryzuje znaczenie autentyczności i wartości marki w pozycjonowaniu	Test teoretyczny
	Opisuje wpływ łańcucha dostaw i edukacji konsumentów na pozycję konkurencyjną	Test teoretyczny
Projektuje kampanie medialne minimalizujące ślad węglowy poprzez wybór kanałów i materiałów ekologicznych	Dobiera kanały cyfrowe z certyfikatami zielonymi i optymalizuje rozmiary plików	Analiza dowodów i deklaracji
	Wskazuje dostawców energii odnawialnej i papieru certyfikowanego FSC do kampanii	Test teoretyczny
Mierzy i raportuje wpływ kampanii marketingowych na świadomość ekologiczną oraz zachowania konsumentów	Analizuje wskaźniki zmian świadomości ekologicznej oraz zachowań konsumentów przed i po kampanii	Analiza dowodów i deklaracji
	Raportuje dane o emisjach CO ₂ , odpadach i zużyciu zasobów naturalnych w kampaniach	Analiza dowodów i deklaracji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Buduje pozycjonowanie marki oparte na autentycznym zaangażowaniu w zrównoważony rozwój i transparentności	Opracowuje strategie pozycjonowania marki uwzględniające rzeczywiste działania proekologiczne i innowacje	Analiza dowodów i deklaracji
	Tworzy komunikaty marketingowe edukujące konsumentów o wpływie decyzji zakupowych na środowisko	Analiza dowodów i deklaracji
Wykorzystuje storytelling do komunikowania autentycznych historii transformacji organizacji w kierunku zrównoważonego rozwoju	Opowiada rzeczywiste historie o wyzwaniach, rozwiązaniach i sukcesach w gospodarce o obiegu zamkniętym	Analiza dowodów i deklaracji
	Integruje w narracji uczestników transformacji, pracowników, partnerów oraz wpływ na konsumentów	Analiza dowodów i deklaracji
Komunikuje się jasno i konstruktywnie na temat strategii zrównoważonego rozwoju oraz transformacji ekologicznej	Wyjaśnia złożone zagadnienia ekologiczne w prosty i zrozumiały sposób dla różnych grup odbiorców	Analiza dowodów i deklaracji
	Argumentuje stanowisko dotyczące wpływu działań marketingowych na środowisko naturalne	Test teoretyczny
Wspiera zespół w budowaniu kultury autentyczności i odpowiedzialności za wpływ kampanii na otoczenie	Promuje zasady etyczne w działaniach marketingowych i zrównoważony rozwój	Test teoretyczny
	Wspiera kolegów w identyfikacji i eliminacji praktyk greenwashingu z kampanii	Analiza dowodów i deklaracji
	Analizuje wyniki kampanii w kontekście wpływu na świadomość i zachowania konsumentów	Analiza dowodów i deklaracji
Ocena efektywność działań marketingowych pod względem osiągnięcia celów biznesowych i ekologicznych	Identyfikuje obszary usprawnienia i proponuje działania zmniejszające negatywny wpływ na środowisko	Analiza dowodów i deklaracji
	Proponuje rozwiązania równoważące cele handlowe z rzeczywistą realizacją zobowiązań ekologicznych	Analiza dowodów i deklaracji
Radzi sobie z wyzwaniami wynikającymi z konfliktu między celami biznesowymi a zobowiązaniami ekologicznymi organizacji	Komunikuje ograniczenia i niedobory w realizacji strategii zrównoważonego rozwoju w kampaniach	Analiza dowodów i deklaracji

Kwalifikacje

Kwalifikacje niewłączone do ZSK

Uznane kwalifikacje

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

TAK

Strona internetowa Instytucji Certyfikującej: <https://icvc.eu/>

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

Informacje

Nazwa Podmiotu prowadzącego walidację	ICVC
Nazwa Podmiotu certyfikującego	GCCS

Program

„Social Media Manager z wykorzystaniem technologii sztucznej inteligencji i zrównoważonych narzędzi cyfrowych”

DZIEŃ 1

STRATEGIA I AI W MARKETINGU INTERNETOWYM

10:00–11:30

Wprowadzenie do AI w marketingu internetowym

- wykorzystanie AI w marketingu internetowym
- rola algorytmów w social media
- działanie systemów rekomendacji treści
- wpływ AI na zasięgi i widoczność treści
- przegląd platform:
 - Facebook
 - Instagram
 - TikTok
 - Pinterest

11:30–12:00

Przerwa

12:00–13:30

Strategia komunikacji z wykorzystaniem AI

- analiza grupy docelowej przy użyciu AI
- tworzenie person marketingowych
- AI w planowaniu lejka marketingowego
- budowanie strategii komunikacji marki
- analiza konkurencji przy pomocy narzędzi AI
- wykorzystanie technologii cyfrowych ograniczających zużycie zasobów w marketingu
- planowanie działań marketingowych w modelu paperless
- podstawy marketingu zrównoważonego i gospodarki o obiegu zamkniętym w e-commerce
- komunikacja wartości ekologicznych marki

- autentyczność marki i transparentność komunikacji
- przeciwdziałanie greenwashingowi
- wpływ działań marketingowych na świadomość konsumentów
- strategie budowania przewagi konkurencyjnej marek zrównoważonych

13:30–14:00

Przerwa

14:00–16:00

Content marketing wspierany AI

- generowanie filarów contentowych przy pomocy ChatGPT
- automatyzacja planowania contentu
- tworzenie harmonogramów publikacji
- planowanie komunikacji wielokanałowej
- wykorzystanie AI do analizy trendów
- optymalizacja procesów marketingowych przy użyciu AI

16:00–18:00

Ćwiczenia praktyczne

- stworzenie strategii marki z użyciem AI
- opracowanie filarów contentowych
- przygotowanie planu komunikacji marki

DZIEŃ 2

AI W TWORZENIU CONTENTU

10:00–11:30

AI w tworzeniu treści marketingowych

- generowanie treści przy pomocy AI
- prompt engineering dla marketingu
- AI copywriting
- tworzenie skutecznych hooków i CTA
- optymalizacja treści pod algorytmy platform
- tworzenie cyfrowych materiałów marketingowych jako alternatywy dla materiałów drukowanych
- storytelling w komunikacji zrównoważonego rozwoju
- tworzenie komunikatów edukacyjnych dotyczących ekologii i odpowiedzialnej konsumpcji
- projektowanie kampanii cyfrowych ograniczających wykorzystanie materiałów drukowanych
- optymalizacja materiałów cyfrowych pod kątem ograniczania zużycia zasobów

11:30–12:00

Przerwa

12:00–13:30

AI w projektowaniu grafik i materiałów wizualnych

- Canva AI
- tworzenie grafik reklamowych
- projektowanie postów sprzedażowych
- przygotowywanie szablonów komunikacji
- wykorzystanie AI w identyfikacji wizualnej marki
- optymalizacja rozmiarów plików graficznych i video
- przygotowanie materiałów cyfrowych zgodnych z zasadami efektywności zasobowej
- wykorzystanie komunikacji wizualnej w kampaniach społecznych i ekologicznych

13:30–14:00

Przerwa

14:00–16:00

AI w tworzeniu video i rolek

- AI w tworzeniu rolek i montażu video
- CapCut AI
- automatyczne napisy
- tempo montażu
- automatyzacja tworzenia contentu video
- optymalizacja video pod algorytmy platform
- automatyzacja produkcji contentu ograniczająca czas i zużycie zasobów

16:00–18:00

Ćwiczenia praktyczne

- stworzenie posta z wykorzystaniem AI
- przygotowanie grafiki reklamowej
- stworzenie rolki video z użyciem narzędzi AI

DZIEŃ 3

AI W REKLAMACH META ADS

10:00–11:30

Systemy reklamowe oparte o AI i machine learning

- algorytmy Meta Ads
- machine learning w systemach reklamowych
- działanie inteligentnych kampanii reklamowych
- automatyczna optymalizacja reklam

11:30–12:00

Przerwa

12:00–13:30

Targetowanie i grupy odbiorców

- inteligentne grupy odbiorców
- AI w targetowaniu reklam
- segmentacja użytkowników
- remarketing
- analiza zachowań użytkowników

13:30–14:00

Przerwa

14:00–16:00

Tworzenie i optymalizacja kampanii reklamowych

- struktura kampanii Meta Ads
- cele kampanii reklamowych
- budżetowanie kampanii
- testowanie reklam przy pomocy algorytmów
- analiza skuteczności kampanii
- optymalizacja budżetów reklamowych przy pomocy AI
- ograniczanie nieefektywnych działań reklamowych dzięki analizie danych
- efektywne zarządzanie kampaniami cyfrowymi
- projektowanie kampanii medialnych minimalizujących nadmiarowe wykorzystanie zasobów
- analiza efektywności kampanii pod kątem biznesowym i społecznym
- wykorzystanie analityki do badania zmian zachowań konsumentów
- etyczne wykorzystanie danych i algorytmów reklamowych

- planowanie kampanii wspierających świadome decyzje konsumenckie

16:00–18:00

Ćwiczenia praktyczne

- • stworzenie kampanii reklamowej krok po kroku
- konfiguracja grup odbiorców
- przygotowanie kreacji reklamowych
- optymalizacja kampanii reklamowej

DZIEŃ 4

GOOGLE ADS, ANALITYKA I AI

10:00–11:30

Google Ads i inteligentne kampanie reklamowe

- • inteligentne kampanie Google Ads
- kampanie search
- słowa kluczowe
- tworzenie reklam tekstowych
- AI w optymalizacji kampanii Google Ads

11:30–12:00

Przerwa

12:00–13:30

AI w analizie danych marketingowych

- • analiza CTR i CPC
- analiza wyników kampanii
- predictive marketing
- automatyzacja raportowania
- wykorzystanie AI do optymalizacji działań marketingowych
- wykorzystanie analityki do zwiększania efektywności działań marketingowych
- optymalizacja kampanii pod kątem efektywności kosztowej i zasobowej
- analiza sentymentu w mediach społecznościowych
- badanie świadomości konsumentów przed i po kampanii
- analiza wpływu kampanii na zachowania odbiorców
- raportowanie efektywności działań marketingowych
- analiza skuteczności komunikacji dotyczącej zrównoważonego rozwoju

13:30–14:00

Przerwa

14:00–16:00

Integracja działań marketingowych

- • integracja contentu i reklam
- planowanie dalszych działań marketingowych
- automatyzacja procesów marketingowych
- wykorzystanie AI w skalowaniu działań marketingowych
- automatyzacja raportowania i procesów marketingowych
- równoważenie celów biznesowych i ekologicznych organizacji
- budowanie odpowiedzialnej komunikacji marki
- wykorzystanie AI do optymalizacji działań marketingowych i ograniczania marnowania budżetów
- wspieranie kultury odpowiedzialności i autentyczności w marketingu cyfrowym

16:00–17:00

Warsztat końcowy

- przygotowanie kompletnej strategii działań marketingowych
- opracowanie kampanii reklamowej
- analiza wyników i rekomendacje optymalizacyjne
- wykorzystanie AI w procesie planowania i realizacji kampanii

17:00–18:00

Walidacja kompetencji – egzamin praktyczny

- przygotowanie strategii komunikacji marki
- opracowanie treści marketingowych przy użyciu AI
- konfiguracja kampanii reklamowej
- analiza i optymalizacja działań marketingowych

Powiązanie z PRT:

4.7.10 Technologie sztucznej inteligencji i uczenia maszynowego

Zielone kompetencje, które nabędzie uczestnik:

- **Ekologiczne podejście do pracy w Google Ads** – Uczestnik nauczy się, jak zmniejszyć wpływ kampanii na środowisko poprzez optymalizację kosztów i zasobów w Google Ads.
- **Zrównoważona selekcja słów kluczowych** – Umiejętność doboru słów kluczowych, które promują produkty i usługi przyjazne środowisku.
- **Minimalizacja zużycia energii w kampaniach** – Nabycie umiejętności ograniczania zużycia energii przy wyświetlaniu reklam, w tym dostosowanie czasów emisji.
- **Świadome targetowanie odbiorców** – Nauczenie się, jak ustawić kampanie tak, aby trafiły do osób zainteresowanych ekologicznymi rozwiązaniami i wartościami zrównoważonego rozwoju.
- **Wykorzystanie narzędzi Google do optymalizacji ekologicznych kampanii** – Poznanie technik monitorowania wyników kampanii i dostosowywania strategii do proekologicznych celów.
- **Zrównoważona analiza wyników kampanii** – Umiejętność analizy wyników i ich wpływu na środowisko, a także oceny efektywności ekologicznych działań w Google Ads.
- **Promowanie ekologicznych wartości w reklamach** – Uczestnik będzie w stanie tworzyć reklamy, które uwzględniają aspekty proekologiczne, promując zrównoważony rozwój i minimalizację śladu węglowego.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 25

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 25 Wprowadzenie do AI w marketingu internetowym	Zajęcia	Marzena Wosiura	18-07-2026	10:00	11:30	01:30
2 z 25 -	Przerwa	-	18-07-2026	11:30	12:00	00:30
3 z 25 Strategia komunikacji z wykorzystaniem AI	Zajęcia	Marzena Wosiura	18-07-2026	12:00	13:30	01:30
4 z 25 -	Przerwa	-	18-07-2026	13:30	14:00	00:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
5 z 25 Content marketing wspierany AI	Zajęcia	Marzena Wosiura	18-07-2026	14:00	16:00	02:00
6 z 25 Ćwiczenia praktyczne	Zajęcia	Marzena Wosiura	18-07-2026	16:00	18:00	02:00
7 z 25 AI w tworzeniu treści marketingowych	Zajęcia	Marzena Wosiura	19-07-2026	10:00	11:30	01:30
8 z 25 -	Przerwa	-	19-07-2026	11:30	12:00	00:30
9 z 25 AI w projektowaniu grafik i materiałów wizualnych	Zajęcia	Marzena Wosiura	19-07-2026	12:00	13:30	01:30
10 z 25 -	Przerwa	-	19-07-2026	13:30	14:00	00:30
11 z 25 AI w tworzeniu video i rolek	Zajęcia	Marzena Wosiura	19-07-2026	14:00	16:00	02:00
12 z 25 Ćwiczenia praktyczne	Zajęcia	Marzena Wosiura	19-07-2026	16:00	18:00	02:00
13 z 25 Systemy reklamowe oparte o AI i machine learning	Zajęcia	Marzena Wosiura	25-07-2026	10:00	11:30	01:30
14 z 25 -	Przerwa	-	25-07-2026	11:30	12:00	00:30
15 z 25 Targetowanie i grupy odbiorców	Zajęcia	Marzena Wosiura	25-07-2026	12:00	13:30	01:30
16 z 25 -	Przerwa	-	25-07-2026	13:30	14:00	00:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
17 z 25 Tworzenie i optymalizacja kampanii reklamowych	Zajęcia	Marzena Wosiura	25-07-2026	14:00	16:00	02:00
18 z 25 Ćwiczenia praktyczne	Zajęcia	Marzena Wosiura	25-07-2026	16:00	18:00	02:00
19 z 25 Google Ads i inteligentne kampanie reklamowe	Zajęcia	Marzena Wosiura	26-07-2026	10:00	11:30	01:30
20 z 25 -	Przerwa	-	26-07-2026	11:30	12:00	00:30
21 z 25 AI w analizie danych marketingowych	Zajęcia	Marzena Wosiura	26-07-2026	12:00	13:30	01:30
22 z 25 -	Przerwa	-	26-07-2026	13:30	14:00	00:30
23 z 25 Integracja działań marketingowych	Zajęcia	Marzena Wosiura	26-07-2026	14:00	16:00	02:00
24 z 25 Warsztat końcowy	Zajęcia	Marzena Wosiura	26-07-2026	16:00	17:00	01:00
25 z 25 -	Walidacja	-	26-07-2026	17:00	18:00	01:00

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	28:00
w tym suma godzin zajęć	23:00
w tym suma godzin walidacji	01:00
w tym suma przerw	04:00

Rodzaj godzin

Liczba godzin

Suma godzin dydaktycznych bez przerw

32:00

Cennik

Cennik

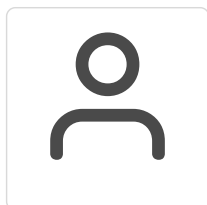
Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 000,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT	
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 000,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	156,25 PLN
Koszt osobogodziny netto	156,25 PLN
W tym koszt walidacji brutto	125,00 PLN
W tym koszt walidacji netto	125,00 PLN
W tym koszt certyfikowania brutto	250,00 PLN
W tym koszt certyfikowania netto	250,00 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	32:00

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Marzena Wosiura

Od ponad dekady wspiera firmy w skutecznym wykorzystywaniu potencjału digital marketingu, pomagając im docierać do właściwych odbiorców i zwiększać rentowność działań. Specjalizuje się

w projektowaniu i prowadzeniu kampanii marketingowych, łącząc analityczne podejście z kreatywnymi strategiami, które realnie przekładają się na wzrost sprzedaży i rozpoznawalności marki. Jako trenerka i konsultantka marketingu współpracuje z przedsiębiorcami, freelancerami oraz zespołami, pokazując, jak tworzyć efektywne kampanie reklamowe, które maksymalizują zwrot z inwestycji i minimalizują ryzyko marnowania budżetu. Podczas swojej kariery zawodowej uczestniczyła w kilkudziesięciu specjalistycznych szkoleniach z zakresu marketingu, reklamy, strategii sprzedażowych oraz narzędzi digital, stale poszerzając swoją wiedzę i umiejętności. Jej doświadczenie obejmuje współpracę zarówno z dużymi, rozpoznawalnymi markami, jak i z dynamicznie rozwijającymi się mniejszymi firmami, które dzięki spójnym strategiom marketingowym osiągnęły wymierne rezultaty. Jest przekonana, że marketing to nie wydatek, lecz inwestycja w rozwój – a jej celem jest pokazanie, jak przekuć ją w realny zysk. Dodatkowo w 2023r uczestniczyła w szkoleniu „Zielone umiejętności w biznesie”, poświęconym wdrażaniu zrównoważonych i proekologicznych rozwiązań w strategiach marketingowych i operacyjnych. Kluczowe kwalifikacje i doświadczenie prowadzącego zostały zdobyte w ciągu ostatnich 5 lat.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy szkolenia otrzymają komplet profesjonalnych materiałów edukacyjnych, które obejmują zarówno materiały teoretyczne, jak i praktyczne. W skład zestawu wchodzi:

1. **Szczegółowe skrypty szkoleniowe** – zawierające wiedzę teoretyczną dotyczącą marketingu internetowego w social mediach
2. **Certyfikat ukończenia szkolenia** – potwierdzający zdobycie nowych kwalifikacji, który może być cennym dodatkiem do CV.

Dzięki temu uczestnicy będą mieli dostęp do kompleksowej wiedzy oraz narzędzi niezbędnych do samodzielnej pracy po zakończeniu szkolenia.

Informacje dodatkowe

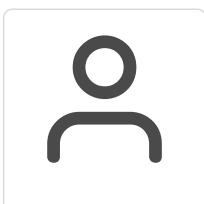
W przypadku dofinansowania usługi szkoleniowej na poziomie conajmniej 70% jest zwolniona z podatku VAT.

Podstawa: art. 43 ust.1 pkt 29 lit.c ustawy o VAT oraz §3 ust. 1 pkt 14 rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 20.12.2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień (Dz. U. z 2015, poz. 736)

Warunki techniczne

Brak

Kontakt



Krystian Bajor

E-mail k.bajor@awdir.pl

Telefon (+48) 728 310 309