



FUNDACJA
KLASTER
INNOWACJI
SPOŁECZNYCH

Brak ocen dla tego dostawcy

Marketing wspomagany AI – intensywne szkolenie weekendowe (modele językowe nowej generacji, agenci AI, generowanie wideo i obrazów, automatyzacja kampanii end-to-end)

Numer usługi 2026/05/12/218723/3554556

- 📍 Międzybrodzie Bialskie
- 🏠 Usługa szkoleniowa
- 📄 stacjonarna
- 👥 Zajęcia grupowe
- 🕒 20:00 h
- 📅 10.07.2026 do 12.07.2026

4 255,80 PLN brutto
3 460,00 PLN netto
212,79 PLN brutto/h
173,00 PLN netto/h
250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Szkolenie skierowane do marketerów, specjalistów ds. marketingu cyfrowego, content managerów, właścicieli mikro i małych firm prowadzących własne kampanie marketingowe, freelancerów oraz konsultantów marketingowych.

Wymagana wiedza wstępna:

- podstawowa znajomość marketingu cyfrowego (kampanie, social media)
- swobodne korzystanie z komputera i przeglądarki internetowej
- znajomość narzędzi do tworzenia treści (Canva, edytory tekstu)
- nie jest wymagana wcześniejsza praca z narzędziami AI

Po intensywnym 20-godzinnym szkoleniu weekendowym uczestnik będzie samodzielnie wykorzystywał narzędzia AI do tworzenia grafiki oraz automatyzacji w prowadzeniu kampanii marketingowych w swojej firmie.

Minimalna liczba uczestników

12

Maksymalna liczba uczestników

24

Data zakończenia rekrutacji

30-06-2026

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Cel

Cel edukacyjny

Marketing wspomagany AI – szkolenie przygotowuje do samodzielnego projektowania i wdrażania kampanii marketingowych w mikro, małych i średnich firmach z wykorzystaniem współczesnych modeli językowych AI, agentów AI do automatyzacji procesów oraz generatywnych narzędzi tworzenia treści tekstowych, graficznych i wideo.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Charakteryzuje zasady budowy efektywnych promptów dla współczesnych modeli językowych AI w kontekście zadań marketingowych.</p>	<p>Rozróżnia komponenty promptu (rola, kontekst, instrukcja, format wyjścia, ograniczenia); identyfikuje błędne i poprawne konstrukcje promptów na przykładach; dobiera typ promptu (zero-shot, few-shot, chain-of-thought) do typu zadania marketingowego; ocenia jakość wygenerowanych treści wg kryteriów spójności, perswazji i poprawności językowej.</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
<p>Rozróżnia funkcjonalności, mocne strony i ograniczenia współczesnych narzędzi generatywnych AI do tworzenia treści wizualnych (obraz, wideo, audio) w marketingu.</p>	<p>Klasyfikuje narzędzia generatywne według typu wyjścia (obraz statyczny, wideo, audio); charakteryzuje parametry sterujące jakością generowanych treści (style, modele, seed, scenariusz); identyfikuje przypadki użycia adekwatne do danego narzędzia w kampanii marketingowej; ocenia spójność wygenerowanego materiału z założeniami brandu na podstawie przedstawionych przykładów.</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
<p>Charakteryzuje koncepcję agentów AI oraz zasady ich zastosowania w automatyzacji procesów marketingowych w mikro, małych i średnich firmach.</p>	<p>Definiuje pojęcie agenta AI i różnice między agentem a asystentem konwersacyjnym; rozróżnia typy zadań marketingowych nadające się do automatyzacji (publikacja treści, generowanie raportów, obsługa leadów, segmentacja odbiorców); identyfikuje komponenty workflow agenta AI w wybranej platformie integracyjnej; ocenia efektywność wdrożonej automatyzacji na podstawie wskaźników biznesowych.</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Charakteryzuje zasady etyczne, prawne i wymagania RODO przy wykorzystaniu AI w komunikacji marketingowej.	Definiuje wymagania oznaczania treści generowanych przez AI w komunikacji marketingowej; identyfikuje granice wykorzystania danych osobowych w narzędziach AI; rozróżnia statusy praw autorskich wytworów AI w obowiązujących regulacjach; ocenia ryzyka prawne i reputacyjne wybranych praktyk stosowania AI w marketingu.	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

Ramowy program usługi „Marketing wspomagany AI – intensywne szkolenie weekendowe”

1. Podstawa formalna

Usługa realizowana zgodnie z: Regulaminem Bazy Usług Rozwojowych w wersji od 31.03.2026 r.; Załącznikiem nr 2g do Regulaminu BUR (Wzór formularza Karty Usługi szkoleniowej, wersja 30.03.2026 r.); Załącznikiem nr 4 do Regulaminu BUR (Zasady funkcjonowania Dostawców Usług, 30.03.2026 r.); Standardem Usługi Rozwojowej obowiązującym od 5.05.2026 r.; Rozporządzeniem Ministra Funduszy i Polityki Regionalnej z 28 lipca 2023 r. (Dz.U. z 2023 r., poz. 1686); Załącznikiem nr 2 do Wytycznych dotyczących monitorowania postępu rzeczowego realizacji programów na lata 2021–2027 (wersja od 31.03.2026 r.).

2. Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje uczestnika do samodzielnego planowania i prowadzenia kampanii marketingowych w mikro, małych i średnich firmach z wykorzystaniem współczesnych modeli językowych AI, agentów AI do automatyzacji powtarzalnych zadań marketingowych oraz generatywnych narzędzi tworzenia treści tekstowych, graficznych i wideo.

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji w rozumieniu Załącznika nr 2 do Wytycznych monitorowania. Spełnia trzy warunki uznania kompetencji z sekcji 3.1.3.1 Załącznika 2g: opis efektów uczenia się w dokumencie potwierdzającym; walidacja w oparciu o zdefiniowane kryteria; rozdzielenie procesów kształcenia od walidacji realizowane technicznie przez automatyczne generowanie wyniku testu bez udziału człowieka.

3. Grupa docelowa

Szkolenie skierowane do marketerów, specjalistów ds. marketingu cyfrowego, content managerów, właścicieli mikro i małych firm prowadzących własne kampanie, freelancerów i konsultantów marketingowych. Wymagana wiedza wstępna: podstawy marketingu cyfrowego, swobodne korzystanie z komputera i przeglądarki, znajomość narzędzi tworzenia treści (np. Canva). Wcześniejsze doświadczenie z AI nie jest wymagane. Szczegółowe warunki uczestnictwa opisano w polu 9.2 Karty Usługi.

4. Forma świadczenia, wariant zajęć, miejsce

Forma: usługa stacjonarna. Wariant zajęć: zajęcia grupowe (≥ 2 uczestników, część praktyczna prowadzona w grupie). Miejsce realizacji: Ośrodek Pracy i Edukacji „Społecznik”, ul. Żywiecka 67, 34-312 Międzybrodzie Białskie (woj. śląskie).

Wymiar czasowy: 20 godzin zegarowych (60 minut każda) – zgodnie ze SUR od 5.05.2026 r. Godziny zegarowe obejmują zajęcia merytoryczne, walidację oraz obowiązkowe przerwy – przerwy są wliczone w czas usługi. Trzy dni szkoleniowe (piątek–niedziela), żaden dzień nie przekracza 8 godzin zegarowych. Liczebność grupy: min. 12 / max. 24 osób – w granicach limitu 30 osób z SUR dla podrodzaju „usługa szkoleniowa”. Limit uwzględnia wszystkich uczestników, w tym zapisanych poza BUR.

5. Trener prowadzący

Wszystkie zajęcia merytoryczne i organizację testu walidacyjnego prowadzi Petros Tovmasyan (e-mail: petros.tovmasyan@klaster.org.pl). Trener spełnia wymóg potencjału kadrowego z rozporządzenia MFIPR z 28 lipca 2023 r. – doświadczenie zawodowe i kwalifikacje zdobyte w okresie nie wcześniejszym niż pięć lat przed publikacją usługi. Dokumenty potwierdzające dostępne na żądanie Administratora Regionalnego BUR i w trakcie audytu (Rozdział 4 Załącznika 4 do Regulaminu BUR).

6. Zakres tematyczny – cztery obszary spójne z efektami uczenia się

Obszar I – Modele językowe AI i konstrukcja promptów (efekt nr 1). Krajobraz współczesnych modeli językowych w marketingu. Anatomia skutecznego promptu (rola, kontekst, instrukcja, format wyjścia, ograniczenia). Techniki: zero-shot, few-shot, chain-of-thought. Warsztat: tworzenie copy reklamowych, postów social media, briefów kampanii i opisów produktowych. Personalizacja komunikacji i segmentacja odbiorców.

Obszar II – Generatywne narzędzia wizualne (efekt nr 2). Generatywne narzędzia obrazu – funkcjonalności, parametry sterujące jakością, przypadki użycia w kampaniach. Generatywne wideo – krótkie formaty, reklamy, animacje produktowe. Audio AI i awatary mówiące – lektorowanie, wersje wielojęzyczne, prezenterzy AI. Warsztat: projektowanie kampanii crossowej (tekst, grafika, wideo, audio) w spójnej tożsamości brandu.

Obszar III – Agenci AI i automatyzacja procesów marketingowych (efekt nr 3). Definicja agenta AI, różnica względem asystenta konwersacyjnego. Typy zadań do automatyzacji: publikacja treści, generowanie raportów, obsługa leadów, segmentacja, monitorowanie konkurencji. Platformy integracyjne. Warsztat projektowania workflow agenta AI dla MŚP. Pomiar efektywności wdrożonej automatyzacji.

Obszar IV – Etyka, RODO, prawo autorskie (efekt nr 4). Wymagania oznaczania treści AI. Granice wykorzystania danych osobowych w AI (RODO). Prawa autorskie wytworów AI. Ryzyka prawne i reputacyjne – analiza przypadków.

7. Harmonogram zbiorczy

Dzień 1 – piątek 10.07.2026 (7 h zegarowych): 10:00–11:30 zajęcia (Obszar I, wprowadzenie); 11:30–11:45 przerwa; 11:45–13:15 zajęcia (Obszar I, anatomia promptu); 13:15–14:00 przerwa obiadowa; 14:00–15:30 zajęcia (Obszar I, warsztat treści); 15:30–15:45 przerwa; 15:45–17:00 zajęcia (Obszar I, personalizacja).

Dzień 2 – sobota 11.07.2026 (7 h zegarowych): 10:00–11:30 zajęcia (Obszar II, obrazy); 11:30–11:45 przerwa; 11:45–13:15 zajęcia (Obszar II, wideo); 13:15–14:00 przerwa obiadowa; 14:00–15:30 zajęcia (Obszar II, audio i awatary); 15:30–15:45 przerwa; 15:45–17:00 zajęcia (Obszar II, kampania crossowa).

Dzień 3 – niedziela 12.07.2026 (6 h zegarowych): 10:00–11:30 zajęcia (Obszar III, koncepcja agentów); 11:30–11:45 przerwa; 11:45–13:15 zajęcia (Obszar III, workflow); 13:15–14:00 przerwa obiadowa; 14:00–15:00 zajęcia (Obszar IV, etyka i RODO); 15:00–16:00 walidacja końcowa.

Łączny wymiar: 20 godzin zegarowych = 15 h 30 min zajęć merytorycznych + 1 h walidacji + 3 h 30 min przerw. Rozkład przerw zgodny z wymogiem SUR (60–75 min dziennie przy zajęciach merytorycznych z walidacją ≥ 4 h 30 min). Szczegółowy harmonogram pozycji w sekcji „Harmonogram usługi” Karty.

8. Warunki organizacyjne

Zajęcia metodą warsztatową łączącą wykład wprowadzający z ćwiczeniami praktycznymi w czasie rzeczywistym. Każdy uczestnik dysponuje samodzielnym stanowiskiem komputerowym (własny laptop z dostępem do internetu). Dostawca zapewnia salę warsztatową z rzutnikiem, ekranem, flipchartem, Wi-Fi i miejscami dla max. 24 uczestników. Trener wykorzystuje prezentacje, nagrania ekranowe pokazów obsługi narzędzi i arkusze ćwiczeniowe. W trakcie szkolenia bieżące informacje zwrotne i krótkie ćwiczenia sprawdzające po każdym obszarze.

Podział: każdy obszar rozpoczyna krótkie wprowadzenie teoretyczne (ok. 30 min), następnie ćwiczenia praktyczne. Udział zajęć praktycznych w czasie merytorycznym przekracza 60%.

9. Sposób organizacji walidacji

Walidacja efektów uczenia się przeprowadzana metodą „Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie” w rozumieniu Załącznika 2g do Regulaminu BUR (sekcja 3.1.4, str. 40): test online, wynik generowany automatycznie, bez udziału człowieka.

Platforma testowa: dedykowana platforma testowa (formularz online z automatycznym sprawdzaniem) przygotowana, skonfigurowana i obsługiwana przez trenera Petrosa Tovmasyana. Trener przygotowuje treść pytań, klucz oceny oraz odpowiada za uruchomienie testu w wyznaczonym terminie i zakończenie sesji. Sprawdzanie odpowiedzi i wyliczenie wyniku punktowego odbywa się automatycznie przez system testowy – bez udziału osoby prowadzącej walidację. Uczestnik otrzymuje wynik testu wraz z informacją zwrotną natychmiast po zakończeniu wypełniania.

Struktura testu: 40 pytań zamkniętych jednokrotnego i wielokrotnego wyboru, po 10 pytań na każdy z czterech efektów uczenia się. Pytania o charakterze sytuacyjnym (case-based) – prezentują konkretne scenariusze marketingowe i wymagają wyboru poprawnego rozwiązania lub oceny przedstawionego rozwiązania. Próg zaliczenia: 70% poprawnych odpowiedzi (min. 28 z 40 punktów). Czas wypełniania: 60 minut. Klucz oceny przygotowany przez eksperta merytorycznego (trenera prowadzącego) przed rozpoczęciem szkolenia – zgodnie z definicją testu automatycznego z Załącznika 2g do Regulaminu BUR.

Oznaczenie walidacji w harmonogramie: zgodnie z literalnym brzmieniem Załącznika 2g do Regulaminu BUR (str. 66–67): „W przypadku gdy »test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie« jest jedyną metodą walidacji – w harmonogramie w pozycji z walidacją należy oznaczyć trenera.” W niniejszej usłudze test automatyczny jest jedyną metodą walidacji dla wszystkich czterech efektów uczenia się, w związku z czym pozycja walidacji w harmonogramie oznaczona jest trenerem prowadzącym usługę.

Rozdzielność funkcji między procesem kształcenia a walidacją (warunek 3 z sekcji 3.1.3.1 Załącznika 2g) jest zapewniona technicznie – wynik testu generowany automatycznie przez system testowy, bez udziału osoby uczącej. Zgodnie z definicją z Załącznika 2g do Regulaminu BUR (str. 40): „test online, a wynik jest generowany automatycznie, bez udziału człowieka”.

10. Miara czasu

Usługa rozliczana w godzinach zegarowych (60 min) – zgodnie ze SUR od 5.05.2026 r. Nie w godzinach dydaktycznych (45 min). Przerwy wliczone w czas usługi. Suma godzin w „Cena i liczba godzin” obejmuje zajęcia, walidację i przerwy.

11. Zaświadczenie o ukończeniu

Po pozytywnym przejściu walidacji uczestnik otrzymuje zaświadczenie z tytułem usługi, identyfikatorem w BUR, danymi usługobiorcy, datą realizacji, liczbą godzin zegarowych oraz opisem zwalidowanych efektów uczenia się. Zakres zgodny ze Standardem 3 Załącznika 4 i § 20 Regulaminu BUR.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 20

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<p>1 z 20</p> <p>Wprowadzenie do AI w marketingu: krajobraz modeli językowych (Claude, GPT, Gemini), różnica między asystentem a agentem AI, mapa narzędzi dla marketera</p>	Zajęcia	Petros Tovmasyan	10-07-2026	10:00	11:30	01:30
<p>2 z 20 -</p>	Przerwa	-	10-07-2026	11:30	11:45	00:15
<p>3 z 20</p> <p>Anatomia skutecznego promptu: struktura (rola, kontekst, instrukcja, format wyjścia, ograniczenia), techniki zero-shot, few-shot, chain-of-thought</p>	Zajęcia	Petros Tovmasyan	10-07-2026	11:45	13:15	01:30
<p>4 z 20 -</p>	Przerwa	-	10-07-2026	13:15	14:00	00:45
<p>5 z 20</p> <p>Praktyka tworzenia treści marketingowych z AI: copy reklamowe, posty social media, briefy kampanii, opisy produktowe – warsztat na modelach językowych</p>	Zajęcia	Petros Tovmasyan	10-07-2026	14:00	15:30	01:30
<p>6 z 20 -</p>	Przerwa	-	10-07-2026	15:30	15:45	00:15

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
7 z 20 Personalizacja komunikacji i segmentacja odbiorców z AI: dobór tonu, analiza tonalności, generowanie wariantów A/B dla różnych person	Zajęcia	Petros Tovmasyan	10-07-2026	15:45	17:00	01:15
8 z 20 Generatywne narzędzia obrazu w marketingu: Midjourney, Flux, Imagen, Stable Diffusion – parametry, style, modele, przypadki użycia w kampaniach	Zajęcia	Petros Tovmasyan	11-07-2026	10:00	11:30	01:30
9 z 20 -	Przerwa	-	11-07-2026	11:30	11:45	00:15
10 z 20 Generatywne wideo dla marketingu: Sora, Veo, Runway, Pika – krótkie formaty, reklamy, animacje produktowe, scenografia kampanijna	Zajęcia	Petros Tovmasyan	11-07-2026	11:45	13:15	01:30
11 z 20 -	Przerwa	-	11-07-2026	13:15	14:00	00:45

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
12 z 20 Audio AI i awatary mówiące: ElevenLabs, Heygen, Synthesia – lektorowanie reklam, generowanie wielojęzycznych wersji, prezenterzy AI w content marketingu	Zajęcia	Petros Tovmasyan	11-07-2026	14:00	15:30	01:30
13 z 20 -	Przerwa	-	11-07-2026	15:30	15:45	00:15
14 z 20 Warsztat: spójność wizualna brandu z generatywną AI – projektowanie kampanii crossowych (post + grafika + wideo + audio) na praktycznym case study	Zajęcia	Petros Tovmasyan	11-07-2026	15:45	17:00	01:15
15 z 20 Agenci AI i automatyzacja marketingu: różnica agent vs asystent, platformy integracyjne (Make.com, n8n, Zapier AI), architektura workflow	Zajęcia	Petros Tovmasyan	12-07-2026	10:00	11:30	01:30
16 z 20 -	Przerwa	-	12-07-2026	11:30	11:45	00:15

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
17 z 20 Projektowanie workflow agentów AI dla MŚP – warsztat: publikacja postów, generowanie raportów, obsługa leadów, monitorowanie konkurencji	Zajęcia	Petros Tovmasyan	12-07-2026	11:45	13:15	01:30
18 z 20 -	Przerwa	-	12-07-2026	13:15	14:00	00:45
19 z 20 Etyka, RODO i prawo autorskie w marketingu z AI: oznaczanie treści, granice wykorzystania danych osobowych, licencje wytworów AI, ryzyka reputacyjne	Zajęcia	Petros Tovmasyan	12-07-2026	14:00	15:00	01:00
20 z 20 -	Walidacja	Petros Tovmasyan	12-07-2026	15:00	16:00	01:00

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	20:00
w tym suma godzin zajęć	15:30
w tym suma godzin walidacji	01:00
w tym suma przerw	03:30
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	22:00

Cennik

Jeżeli korzystasz z dofinansowania i usługa stanowi usługę kształcenia zawodowego lub przekwalifikowania zawodowego wraz z usługą lub dostawą towarów ściśle związaną z usługami kształcenia zawodowego lub przekwalifikowania zawodowego to możesz mieć możliwość skorzystania za zwolnienia z podatku VAT na podstawie art. 43 ust. 1 pkt 29 lit. c ustawy z dnia 11 marca 2024 r. o podatku od towarów i usług, jeżeli usługa w całości jest finansowana ze środków publicznych lub § 3 ust. 1 pkt 14 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20 grudnia 2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień w przypadku, gdy usługa jest finansowana w co najmniej 70% ze środków publicznych.

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	4 255,80 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	3 460,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	212,79 PLN
Koszt osobogodziny netto	173,00 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	20:00

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Petros Tovmasyan

Petros Tovmasyan – trener i strateg marketingu z wykorzystaniem sztucznej inteligencji w sektorze pozarządowym i publicznym.

Specjalizuje się w projektowaniu strategii komunikacji opartych na danych, content marketingu wspieranym przez modele językowe oraz automatyzacji marketingu z wykorzystaniem AI. Łączy podejście strategiczne (pozycjonowanie marki, segmentacja odbiorców, lejek konwersji) z praktyką: tworzeniem kampanii, copywritingiem AI, analityką efektywności i optymalizacją działań w czasie rzeczywistym.

Praktyk marketingu w projektach europejskich – kieruje portfelem ponad czternastu projektów rozwojowych (Erasmus+, Visegrad Fund, fundusze regionalne), w których komunikacja stanowi

kluczowy element sukcesu. Wśród nich FitGenerations Smart TrAlner – produkt łączący AI z aktywizacją międzypokoleniową, oraz Cyfrowy Most dla Samorządów – komunikacja transformacji cyfrowej JST.

Prowadzi Akademię Internacjonalizacji i Fundraisingu Międzynarodowego, w której uczy organizacje budowania marki i pozyskiwania środków europejskich z wykorzystaniem narzędzi AI.

Obszary szkoleniowe: marketing cyfrowy z AI, strategia komunikacji marki, content marketing z modelami językowymi, automatyzacja kampanii, marketing fundraisingowy, marketing społeczny.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Każdy uczestnik otrzymuje:

1. SKRYPT SZKOLENIOWY w formie PDF (ok. 80 stron) – kompletne opracowanie wszystkich czterech obszarów tematycznych szkolenia: modele językowe i konstrukcja promptów, generatywne narzędzia, wizualne (obraz, wideo, audio), agenci AI i automatyzacja procesów, marketingowych, etyka oraz wymagania RODO i prawa autorskiego, w marketingu z wykorzystaniem AI.
2. BIBLIOTEKA 50+ GOTOWYCH PROMPTÓW dla marketingu w formie PDF : copy reklamowe, posty na media społecznościowe, briefy kampanijne, opisy produktowe, nagłówki maili, scenariusze wideo. Każdy prompt zawiera opis zastosowania, wskazówki dotyczące personalizacji oraz przykład wygenerowanej treści.
3. KATALOG REKOMENDOWANYCH NARZĘDZI AI DLA MARKETERA (2026 r.) – uporządkowana lista narzędzi do generowania treści tekstowych, graficznych, wideo i audio, narzędzi do automatyzacji workflow oraz narzędzi analitycznych. Każda pozycja zawiera opis przeznaczenia, mocne i słabe strony, typowy zakres cenowy oraz link do strony producenta.
4. ARKUSZE ĆWICZENIOWE wykonywane w trakcie zajęć – szablony briefów kampanii, matryce decyzyjne doboru narzędzi AI, checklisty do weryfikacji treści generatywnych pod kątem etyki i prawa autorskiego.
5. DOSTĘP DO GRUPY UCZESTNIKÓW na platformie komunikacji (Whatsapp) przez min. 90 dni po szkoleniu – wymiana doświadczeń z wdrażania narzędzi AI, pytania techniczne, aktualizacje na temat zmian w narzędziach generatywnych.
6. ZAŚWIADCZENIE O UKOŃCZENIU SZKOLENIA z opisem efektów uczenia się po pozytywnym przejściu walidacji końcowej (test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie).

Warunki uczestnictwa

Warunki uczestnictwa w usłudze:

1. Pełnoletność uczestnika (ukończone 18 lat)
2. Wiedza wstępna na poziomie podstawowym z zakresu marketingu cyfrowego (kampanie reklamowe, media społecznościowe, podstawy analityki marketingowej) – wymóg merytoryczny zapewniający skuteczność szkolenia.
3. Swobodne korzystanie z komputera i przeglądarki internetowej na poziomie pozwalającym na samodzielne wykonywanie ćwiczeń praktycznych w czasie rzeczywistym.
4. Znajomość narzędzi tworzenia treści marketingowych (przykładowo Canva lub odpowiednik) – nie jest wymagana biegłość, wystarczy podstawowa orientacja w obsłudze edytorów graficznych w przeglądarce.
5. Posiadanie własnego laptopa z dostępem do internetu na zajęciach. Dostawca Usług nie zapewnia sprzętu komputerowego uczestnikom.

Informacje dodatkowe

Dostawca Usług dysponuje własnym obiektem noclegowym w miejscu realizacji usługi (Ośrodek Pracy i Edukacji „Społecznik”, ul. Żywiecka 67, Międzybrodzie Bialskie). Uczestnicy szkolenia mogą skorzystać z noclegu w Ośrodku na preferencyjnych warunkach obejmujących:

- zniżkę od standardowego cennika Ośrodka dedykowaną wyłącznie uczestnikom usług rozwojowych Fundacji,
- gwarantowaną dostępność miejsc rezerwowanych blokowo na czas trwania szkolenia (do wyczerpania puli),
- bezpłatne korzystanie z parkingu oraz internetu Wi-Fi w cenie noclegu,
- elastyczne warunki rezerwacji oraz możliwość bezkosztowej zmiany terminu pobytu w przypadku odwołania uczestnictwa zgodnie z polityką Dostawcy,
- pełny dostęp do infrastruktury rekreacyjnej i ekspozycyjnej Ośrodka (przestrzeń wspólna, taras widokowy na Jezioro Międzybrodzkie i Beskid Mały).

Nocleg NIE jest wliczony w cenę usługi rozwojowej i NIE stanowi jej części składowej.

Adres

ul. Żywiecka 67
34-312 Międzybrodzie Bialskie
woj. śląskie

Ośrodek Pracy i Edukacji "Społecznik"

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Wi-fi
- Parking, Taras widokowy, restauracja, noclegi na miejscu do 26 osób

Kontakt



Adrian Misiak

E-mail adrian.misiak@klaster.org.pl

Telefon (+48) 537 198 715