



Szkolenie: AI, PR i kompetencje cyfrowe w sprzedaży i marketingu

Numer usługi 2026/05/28/120895/3592853

7 680,00 PLN brutto

7 680,00 PLN netto

240,00 PLN brutto/h

240,00 PLN netto/h

250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

IQ CONSULTING
SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚĆ
CIĄ

★★★★★ 4,9 / 5

7 737 ocen

📍 Gdańsk

🏠 Usługa szkoleniowa

📄 stacjonarna

👥 Zajęcia grupowe

🕒 32:00 h

📅 14.09.2026 do 17.09.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Szkolenie jest skierowane do osób dorosłych: pracowników działów marketingu, sprzedaży i komunikacji, osób prowadzących działalność gospodarczą oraz kadry zarządzającej, którzy chcą samodzielnie i zgodnie z prawem wykorzystywać narzędzia sztucznej inteligencji w codziennej pracy.

Nie jest wymagana wiedza techniczna ani programistyczna. Szkolenie jest odpowiednie zarówno dla osób rozpoczynających pracę z AI, jak i dla tych, którzy chcą uporządkować oraz pogłębić swoje umiejętności i stosować je w sposób etyczny i zgodny z przepisami.

Minimalna liczba uczestników

2

Maksymalna liczba uczestników

15

Data zakończenia rekrutacji

13-09-2026

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

Celem szkolenia jest przygotowanie uczestnika do samodzielnego i zgodnego z prawem wykorzystania narzędzi sztucznej inteligencji w marketingu i sprzedaży. Po ukończeniu szkolenia uczestnik: tworzy i optymalizuje treści (tekst, grafika, materiały audiowizualne) z wykorzystaniem AI, buduje stronę lądowania z podstawową analityką, optymalizuje widoczność w wyszukiwarkach i silnikach generatywnych (SEO/GEO), wykorzystuje AI do analizy danych sprzedażowych oraz stosuje zasady RODO, EU A

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Stosuje zasady działania generatywnej sztucznej inteligencji i modeli LLM oraz ryzyka z nimi związane (zjawisko halucynacji, bias, prawa autorskie, RODO, anonimizacja danych).</p>	<p>Uczestnik samodzielnie identyfikuje i wskazuje min. 3 kluczowe ograniczenia modeli LLM w analizowanym studium przypadku.</p>	<p>Wywiad swobodny</p>
<p>Zna Metodologię optymalizacji treści pod kątem tradycyjnego SEO oraz silników generatywnych (GEO / OneSearch), a także kluczowe wskaźniki efektywności analityki predykcyjnej (churn, conversion, propensity to purchase).</p>	<p>Metodologię optymalizacji treści pod kątem tradycyjnego SEO oraz silników generatywnych (GEO / OneSearch), a także kluczowe wskaźniki efektywności analityki predykcyjnej (churn, conversion, propensity to purchase).</p>	<p>Test teoretyczny</p>
<p>Formułuje zaawansowane polecenia (prompty) dla modeli LLM z zachowaniem firmowego kontekstu, osoby oraz zasad bezpieczeństwa danych (anonimizacja).</p> <p>Tworzy i optymalizuje wielokanałowe treści marketingowe (tekst, grafika, audio/wideo) przy użyciu narzędzi AI, zgodnie z prawem autorskim i standardem WCAG.</p>	<p>Uczestnik samodzielnie konstruuje prompt wstrzykujący kontekst biznesowy firmy, bez użycia danych wrażliwych.</p> <p>Uczestnik generuje zestaw materiałów (np. artykuł + grafika social media) za pomocą AI, nadaje im poprawne tagi alt (WCAG) i weryfikuje ich zgodność z prawem autorskim.</p>	<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p> <p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p>
<p>Przeprowadza optymalizację treści marketingowych pod kątem silników generatywnych (GEO) oraz algorytmów OneSearch w celu zwiększenia widoczności marki.</p> <p>Wykorzystuje narzędzia AI do zaawansowanej analizy danych sprzedażowych oraz prognozowania zachowań klientów (churn, propensity to purchase).</p>	<p>Uczestnik modyfikuje gotowy tekst marketingowy w taki sposób, aby zawierał frazy i strukturę optymalną dla wyszukiwarek opartych na AI (GEO).</p> <p>Uczestnik na bazie dostarczonego pliku z danymi (np. CSV) generuje za pomocą AI raport wskazujący klientów o najwyższym ryzyku odejścia (churn).</p>	<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p> <p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p>
<p>ocenia i weryfikuje faktograficznie wszelkich treści i analiz wygenerowanych przez sztuczną inteligencję przed ich publikacją (podejście Human-in-the-Loop).</p>	<p>Uczestnik w trakcie ćwiczenia warsztatowego koryguje błędy lub halucynacje celowo wprowadzone do tekstu przez AI.</p>	<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p>

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Przestrzega zasad etyki zawodowej, ze szczególnym uwzględnieniem eliminowania technik manipulacyjnych i poszanowania prywatności użytkowników w cyfrowych procesach sprzedaży.	Uczestnik podejmuje decyzję o odrzuceniu lub modyfikacji kampanii marketingowej, która narusza etyczne ramy EU AI Act lub RODO.	Debata swobodna

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 obejmuje 32 godziny zegarowe rozłożone na okres 4 dni szkoleniowych.

Dzień 1 – Fundamenty AI, strategia i bezpieczeństwo danych wprowadzenie do generatywnej AI i modeli językowych; prompt engineering; AI w analizie konkurencji; firmowa baza wiedzy (RAG); bezpieczeństwo danych, RODO, EU AI Act, prawo autorskie, anonimizacja. (Zajęcia praktyczno-teoretyczne)

Dzień 2 – Produkcja treści z AI copywriting konwersyjny; grafika i Key Visual; materiały audiowizualne i etyka; dostępność treści (WCAG); personalizacja i skalowanie treści. (Zajęcia praktyczno-teoretyczne)

Dzień 3 – Infrastruktura, analityka i widoczność: UX i architektura konwersji; budowa strony lądowania; analityka cyfrowa (GA4, GTM, Consent Mode v2); od SEO do GEO; lokalne SEO i Wizytówka Google. (Zajęcia praktyczno-teoretyczne)

Dzień 4 – AI w sprzedaży, predykcja i performance: AI we wsparciu sprzedaży; wyjaśnialne AI, Human-in-the-Loop i etyka; analityka predykcyjna z danych CRM; data storytelling; performance marketing i dystrybucja omnichannel; dobór narzędzi, plan wdrożenia oraz walidacja. (Zajęcia praktyczno-teoretyczne)

Metody: mini-wykłady z demonstracją, ćwiczenia indywidualne i w parach, praca na materiałach uczestników, analiza przypadków, dyskusja moderowana, bieżąca informacja zwrotna trenera.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 25

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 25 Wprowadzenie do generatywnej AI i modeli językowych	Zajęcia	Paweł Michta	14-09-2026	08:00	10:00	02:00
2 z 25 Wprowadzenie Prompt engineering	Zajęcia	Paweł Michta	14-09-2026	10:00	11:30	01:30
3 z 25 AI w analizie konkurencji	Zajęcia	Paweł Michta	14-09-2026	11:30	12:30	01:00
4 z 25 -	Przerwa	-	14-09-2026	12:30	13:30	01:00
5 z 25 Firmowa baza wiedzy (RAG)	Zajęcia	Paweł Michta	14-09-2026	13:30	15:00	01:30
6 z 25 Bezpieczeństwo danych, RODO, EU AI Act, prawo autorskie, anonimizacja	Zajęcia	Paweł Michta	14-09-2026	15:00	16:00	01:00
7 z 25 Produkcja treści,, Copywriting konwersyjny z AI	Zajęcia	Paweł Michta	15-09-2026	08:00	10:00	02:00
8 z 25 Grafika i Key Visual	Zajęcia	Paweł Michta	15-09-2026	10:00	11:30	01:30
9 z 25 Materiały audiowizualne i etyka	Zajęcia	Paweł Michta	15-09-2026	11:30	12:30	01:00
10 z 25 -	Przerwa	-	15-09-2026	12:30	13:30	01:00

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
11 z 25 Dostępność treści (WCAG)	Zajęcia	Paweł Michta	15-09-2026	13:30	15:00	01:30
12 z 25 Personalizacja i skalowanie treści	Zajęcia	Paweł Michta	15-09-2026	15:00	16:00	01:00
13 z 25 UX i architektura konwersji	Zajęcia	Paweł Michta	16-09-2026	08:00	10:00	02:00
14 z 25 Budowa strony lądowania	Zajęcia	Paweł Michta	16-09-2026	10:00	11:30	01:30
15 z 25 Analityka cyfrowa: GA4, GTM, Consent Mode v2	Zajęcia	Paweł Michta	16-09-2026	11:30	12:30	01:00
16 z 25 -	Przerwa	-	16-09-2026	12:30	13:30	01:00
17 z 25 Od SEO do GEO	Zajęcia	Paweł Michta	16-09-2026	13:30	15:00	01:30
18 z 25 Lokalne SEO i Wizytówka Google	Zajęcia	Paweł Michta	16-09-2026	15:00	16:00	01:00
19 z 25 AI we wsparciu sprzedaży	Zajęcia	Paweł Michta	17-09-2026	08:00	10:00	02:00
20 z 25 Wyjaśnialne AI, Human-in-the-Loop i etyka	Zajęcia	Paweł Michta	17-09-2026	10:00	11:30	01:30
21 z 25 Analityka predykcyjna z danych CRM	Zajęcia	Paweł Michta	17-09-2026	11:30	12:30	01:00
22 z 25 -	Przerwa	-	17-09-2026	12:30	13:30	01:00

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
23 z 25 Data storytelling	Zajęcia	Paweł Michta	17-09-2026	13:30	14:30	01:00
24 z 25 Performance marketing i dystrybucja omnichannel	Zajęcia	Paweł Michta	17-09-2026	14:30	15:30	01:00
25 z 25 -	Walidacja	-	17-09-2026	15:30	16:00	00:30

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	32:00
w tym suma godzin zajęć	27:30
w tym suma godzin walidacji	00:30
w tym suma przerw	04:00
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	37:15

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	7 680,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT	
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	7 680,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	240,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	240,00 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin

Liczba godzin

Liczba godzin zegarowych usługi

32:00

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Paweł Michta

praktyk sprzedaży, marketingu i AI z 15-letnim doświadczeniem. Founder i dyrektor operacyjny w Grupie Konik, trener wpisany do rejestru PARP. Specjalizuje się w strategii sprzedażowo-marketingowej, go-to-market i automatyzacji procesów. Zrealizował szkolenia m.in. dla zespołów Frumax/Flooro i Veritas Finanse

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymują: skrypt szkoleniowy, bibliotekę promptów i szablony robocze, listy kontrolne (RODO/WCAG/dobór narzędzi) oraz materiały do ćwiczeń. Materiały są zgodne z wymaganiami prawa polskiego i UE.

Walidacja szkolenia obejmuje:

1. Test teoretyczny – zestaw pytań zamkniętych jednokrotnego wyboru (format ABCD) sprawdzający wiedzę oraz świadomość zasad etycznych i prawnych. Próg zaliczenia: 70% poprawnych odpowiedzi.
2. Obserwacja zadań praktycznych – ocena umiejętności i kompetencji społecznych na podstawie wykonania zadań warsztatowych, według karty obserwacji przypisanej do każdego zadania.

Pozytywne przejście walidacji potwierdza zaświadczenie o ukończeniu usługi rozwojowej zawierające zrealizowane efekty uczenia się.

Warunki uczestnictwa

Warunki uczestnictwa: ukończone 18 lat; podstawowa umiejętność obsługi komputera i przeglądarki internetowej; własny laptop z dostępem do internetu (rekomendowane). Nie jest wymagana wcześniejsza wiedza techniczna ani programistyczna.

Warunkiem uzyskania zaświadczenia o ukończeniu usługi rozwojowej jest udział w co najmniej 80% zajęć oraz przystąpienie do walidacji efektów uczenia się.

Adres

ul. Szafarnia 11/8F
80-755 Gdańsk
woj. pomorskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Wi-fi

Kontakt



BARTOSZ GRZYWA

E-mail bartosz.grzywa@iq-consulting.pl

Telefon (+48) 723 552 443