



SKY DETALIST
SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚ
CIĄ
★★★★★ 5,0 / 5
72 oceny

AI OD PODSTAW - Social Media: tworzenie treści oraz planowanie reklam Meta Ads i Google Ads z efektywnym wykorzystaniem zasobów (kwalifikacje).

Numer usługi 2026/08/03/190614/3727089

- Katowice
- Usługa szkoleniowa
- stacjonarna
- Zajęcia grupowe
- 16:00 h
- 26.09.2026 do 02.10.2026

6 396,00 PLN brutto
5 200,00 PLN netto
399,75 PLN brutto/h
325,00 PLN netto/h
183,33 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria	Informatyka i telekomunikacja / Aplikacje biznesowe
Grupa docelowa usługi	Szkolenie skierowane jest do osób dorosłych, które z własnej inicjatywy chcą zdobyć lub rozwinąć kwalifikacje w zakresie praktycznego wykorzystania sztucznej inteligencji w pracy zawodowej. Adresatami są w szczególności przedsiębiorcy, właściciele firm, kadra zarządzająca, pracownicy administracji, sprzedaży, marketingu, obsługi klienta oraz osoby planujące rozwój kompetencji cyfrowych. Uczestnicy poznają możliwości wykorzystania narzędzi AI, w tym ChatGPT, do automatyzacji procesów, usprawnienia organizacji pracy, zwiększenia efektywności oraz ograniczenia zużycia czasu, papieru i innych zasobów zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju. Szkolenie ma charakter praktyczny i nie wymaga wcześniejszego doświadczenia w obszarze sztucznej inteligencji. Wystarczająca jest podstawowa umiejętność obsługi komputera oraz korzystania z Internetu.
Minimalna liczba uczestników	4
Maksymalna liczba uczestników	15
Data zakończenia rekrutacji	25-09-2026
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

Usługa przygotowuje uczestnika do świadomego wykorzystania narzędzi AI w marketingu cyfrowym zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju. Po ukończeniu szkolenia uczestnik analizuje potrzeby klienta, tworzy prompty, przygotowuje treści i materiały wizualne, planuje kampanie Meta Ads i Google Ads oraz dobiera mierniki efektywności. Wykorzystuje AI do ograniczania zużycia zasobów, ponownego użycia treści i optymalizacji procesów marketingowych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Charakteryzuje rolę i ograniczenia sztucznej inteligencji oraz modeli językowych w pracy zawodowej	rozdzieli AI, Generative AI i model językowy; wskazuje co najmniej 3 zastosowania i 3 ograniczenia; rozpoznaje halucynację jako typowe ryzyko	Test teoretyczny
Rozpoznaje zasady bezpiecznej i zgodnej z prawem pracy z narzędziami AI	klasyfikuje przykłady dotyczące danych osobowych, informacji poufnych i praw autorskich; wskazuje sposób weryfikacji odpowiedzi oraz właściwe działanie ochronne	Test teoretyczny
Rozdzieli mierzalne usprawnienie cyfrowe i środowiskowe od greenwashingu	wskazuje wpływ cyfrowego obiegu materiałów, ponownego wykorzystania treści i ograniczenia zbędnych generacji na proces; rozpoznaje deklarację bez dowodu i dobiera właściwy miernik	Test teoretyczny
Charakteryzuje zasady planowania i oceny reklamy w Meta Ads i Google Ads	rozdzieli kanały, cele kampanii, sposoby kierowania i intencję wyszukiwania; rozdzieli wskaźnik reklamowy od wyniku biznesowego	Test teoretyczny
Analizuje potrzebę marketingową i planuje kampanię cyfrową	określa problem, klienta i cel biznesowy; dobiera Meta Ads albo Google Ads; określa odbiorcę, komunikat, budżet, czas oraz kryteria kierowania lub słowa kluczowe i wykluczające	Obserwacja w warunkach symulowanych
Projektuje i weryfikuje prompt oraz materiały przygotowane z pomocą AI	określa kontekst, cel, odbiorcę, dane wejściowe, ograniczenia i format wyniku; poprawia odpowiedź po weryfikacji; wskazuje elementy do ponownego wykorzystania	Obserwacja w warunkach symulowanych
Bezpiecznie przygotowuje dane do pracy z narzędziem AI	usuwa lub zastępuje dane osobowe i informacje poufne; uzasadnia zakres danych przekazanych do narzędzia	Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Analizuje wyniki kampanii i podejmuje decyzję o dalszym działaniu	odczytuje dane; ustala limit budżetu; formułuje decyzję: pozostawić, poprawić, zatrzymać lub przetestować, wraz z uzasadnieniem	Obserwacja w warunkach symulowanych
Opracowuje plan cyfrowej i zielonej zmiany procesu	opisuje stan obecny i wskazuje działanie do usprawnienia; określa osobę odpowiedzialną, termin, miernik biznesowy, miernik produktywności i miernik zielonego usprawnienia	Obserwacja w warunkach symulowanych
Bierze odpowiedzialność za wykorzystanie treści przygotowanych z AI	wskazuje elementy wymagające kontroli człowieka; odrzuca treść błędną, ryzykowną lub nieudowodnioną	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uzasadnia decyzje na podstawie danych i komunikuje zmianę bez greenwashingu	wskazuje dane, założenia i ograniczenia; oddziela fakt od hipotezy; nie przypisuje nieudowodnionej redukcji emisji	Obserwacja w warunkach symulowanych
Przyjmuje informację zwrotną i koryguje plan	wskazuje zmianę wprowadzoną po uwadze i uzasadnia jej wpływ na jakość lub bezpieczeństwo procesu	Obserwacja w warunkach symulowanych

Kwalifikacje

Kwalifikacje niewłączone do ZSK

Uznane kwalifikacje

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

TAK

Strona internetowa Instytucji Certyfikującej: <https://my-ps.eu/>

Strona internetowa Instytucji Walidującej: <https://my-ps.eu/>

Informacje

Nazwa Podmiotu prowadzącego walidację	Fundacja My Personality Skills
Nazwa Podmiotu certyfikującego	Fundacja My Personality Skills

Program

Usługa prowadzi do nabycia kwalifikacji:

"Specjalista ds. marketingu internetowego z elementami zrównoważonego rozwoju"

Zakres kwalifikacji

Kwalifikacja obejmuje odpowiedzialne wykorzystanie sztucznej inteligencji w procesie marketingowym przedsiębiorstwa oraz planowanie, prowadzenie i ocenę reklamy internetowej w Meta Ads i Google Ads, z uwzględnieniem bezpieczeństwa danych, efektywnego wykorzystywania zasobów i mierzalnych zielonych usprawnień.

Warunki uznania kwalifikacji

Walidacja i certyfikowanie są prowadzone przez zewnętrzną instytucję certyfikującą, odrębną od podmiotu prowadzącego szkolenie. Trener nie uczestniczy w ocenie uczestników, co spełnia wymóg rozdzielenia procesu kształcenia od procesu walidacji.

Walidacja odbywa się w ostatniej godzinie drugiego dnia, od 16:00 do 17:00, i jest przeprowadzana w oparciu o kryteria weryfikacji przypisane do 12 efektów uczenia się w sekcji 2, przy użyciu dwóch metod: testu teoretycznego oraz obserwacji w warunkach symulowanych.

Uczestnik, który uzyska wynik pozytywny, otrzymuje certyfikat wydany przez instytucję certyfikującą wraz z opisem osiągniętych efektów uczenia się.

Efekty uczenia się, kryteria weryfikacji i metody walidacji

Usługa obejmuje **12 efektów uczenia się** i wykorzystuje **dwie metody walidacji**:

1. **Test teoretyczny** z oceną automatyczną, dla efektów z obszaru wiedzy.
2. **Obserwacja w warunkach symulowanych**, dla efektów z obszaru umiejętności i kompetencji społecznych. Podstawą oceny jest zadanie praktyczne wykonane na nowym przypadku podczas walidacji.

Usługa obejmuje 16 godzin zegarowych, realizowanych w 2 dni, w godzinach od 09:00 do 17:00.

W ramach 13 godzin zajęć: 3,5 godziny teorii oraz 9,5 godziny praktyki.

Przerwa trwa od 13:00 do 14:00 w obu dniach. Walidacja odbywa się drugiego dnia od 16:00 do 17:00.

Przewaga zajęć praktycznych wynika z celu usługi. Uczestnik wykonuje kolejne kroki procesu na przygotowanym przypadku, a nie tylko obserwuje demonstrację.

Szkolenie realizowane jest w terminie 26–27 września 2026. Czas oczekiwania na wynik walidacji wynosi do 5 dni roboczych od dnia przeprowadzenia egzaminu,

- okres prowadzenia szkolenia (26-27 września 2026 r.),
- okres oczekiwania na wynik walidacji (do 2 października 2026 r.)

Dzień 1, od 09:00 do 17:00

09:00 do 09:30. Wprowadzenie i diagnoza potrzeb uczestników (0,5 godziny, teoria)

Prezentacja celu usługi, efektów uczenia się, zasad walidacji i harmonogramu. Krótka diagnoza sytuacji uczestników: jak dzisiaj powstają materiały marketingowe, kto je przygotowuje, ile czasu zajmują, co jest powtarzane ręcznie i jakie działania nie są mierzone. Ustalenie przykładów, na których uczestnicy będą pracować przez dwa dni. Omówienie zasad bezpiecznej pracy na sali i zakresu danych, których nie wolno wprowadzać do narzędzi.

09:30 do 11:00. Moduł 1. Sztuczna inteligencja i modele językowe w pracy przedsiębiorstwa (1,5 godziny, teoria)

Czym jest sztuczna inteligencja, czym jest Generative AI, czym są duże modele językowe. Zasada działania modelu: przewidywanie treści na podstawie wzorców, a nie wyszukiwanie faktów. Różnice praktyczne między ChatGPT, Gemini, Claude i Copilot. Zadania, w których AI realnie skraca czas pracy. Zadania, których nie wolno przekazywać AI bez kontroli człowieka. Pojęcie halucynacji i typowe sytuacje, w których model podaje nieprawdziwą informację w wiarygodnej formie. Rola człowieka jako osoby odpowiedzialnej za decyzję i publikację. Realne przykłady zastosowań: opisy produktów, treści na social media, odpowiedzi na pytania klientów, przygotowanie danych do analizy.

11:00 do 12:30. Moduł 2. Bezpieczeństwo danych, RODO, prawa autorskie i weryfikacja informacji (1,5 godziny, teoria)

Dane osobowe i obowiązki wynikające z RODO w kontakcie z narzędziami AI. Tajemnica przedsiębiorstwa, dane klientów, cenniki, umowy i informacje poufne. Co dzieje się z danymi wprowadzonymi do narzędzia, ustawienia prywatności i różnica między kontem darmowym a firmowym. Praktyczna anonimizacja danych przed analizą. Prawa autorskie do tekstu i grafiki wygenerowanej przez AI, prawa do

materiałów źródłowych, ryzyko wykorzystania cudzego wizerunku i cudzej marki. Odpowiedzialność za treść opublikowaną w reklamie. Treści wprowadzające w błąd i deepfake. Metody weryfikacji: sprawdzanie źródeł, kontrola liczb i obietnic, pytanie kontrolne do modelu, druga opinia z innego narzędzia. Zasada: AI proponuje, człowiek sprawdza i zatwierdza.

12:30 do 13:00. Moduł 3, część pierwsza. Mapowanie procesu marketingowego przed wdrożeniem AI (0,5 godziny, teoria)

Mapowanie procesu: kto, co, kiedy i w jakim czasie wykonuje. Identyfikacja czynności powtarzalnych i miejsc, w których praca jest wykonywana dwa razy. Wprowadzenie do cyfrowego obiegu materiałów i akceptacji zamiast wersji papierowych. Omówienie zadania warsztatowego wykonywanego po przerwie.

13:00 do 14:00. Przerwa

14:00 do 15:30. Moduł 3, część druga. Cyfrowa i zielona transformacja procesu, warsztat i dobór mierników (1,5 godziny, praktyka)

Porządkowanie plików, wersji i źródeł. Budowa biblioteki treści, zdjęć, grafik i promptów do ponownego wykorzystania. Ograniczanie zbędnych generacji, nadmiarowych wariantów plików i zbyt dużych formatów. Środowiskowy koszt technologii cyfrowych i AI przedstawiony rzetelnie, bez uproszczeń. Odróżnianie mierzalnego usprawnienia od greenwashingu.

Ćwiczenie: uczestnik opisuje proces w stanie obecnym, wskazuje minimum dwie czynności do usprawnienia, jedno ryzyko oraz jedno miejsce nieefektywnego wykorzystania zasobów, a następnie wybiera miernik produktywności i miernik zielonego usprawnienia.

15:30 do 17:00. Moduł 4. Prompty i tworzenie materiałów z pomocą AI (1,5 godziny, praktyka)

Struktura skutecznego promptu: kontekst, produkt, odbiorca, cel, dane wejściowe, ograniczenia i oczekiwany format wyniku. Opisanie sytuacji w sposób, który model rozumie i który można wykorzystywać wielokrotnie. Tworzenie tekstów reklamowych, nagłówków i opisów w kilku uzasadnionych wariantach. Koncepcje grafik i scenariusze krótkich filmów. Przekształcanie jednej treści na kilka formatów i kanałów. Szablony promptów do zadań powtarzalnych. Kontrola wyniku: sprawdzenie faktów, obietnic, zgodności z ofertą i ryzyk. Poprawianie odpowiedzi zamiast kopiowania pierwszej wersji.

Ćwiczenie: uczestnik przygotowuje zestaw materiałów do swojego przypadku i przeprowadza weryfikację według listy kontrolnej.

Dzień 2, od 09:00 do 17:00

09:00 do 10:30. Moduł 5. Planowanie kampanii w Meta Ads (1,5 godziny, praktyka)

Różnica między postem, promowaniem posta i kampanią reklamową. Meta Business Suite i Menedżer reklam. Struktura: kampania, zestaw reklam, reklama. Wybór celu kampanii dopasowanego do celu biznesowego. Grupa odbiorców: lokalizacja, wiek, zainteresowania i odbiorcy szerocy. Budżet dzienny, budżet całkowity i czas trwania. Miejsca wyświetlania reklamy. Formularz kontaktowy i strona docelowa jako dwie różne drogi pozyskania klienta. Zasady dotyczące treści reklamowych i najczęstsze powody odrzucenia reklamy.

Ćwiczenie: uczestnik przygotowuje kompletny plan kampanii w wersji roboczej, bez obowiązku publikacji i bez wydawania pieniędzy. Uczestnicy bez własnego konta reklamowego pracują na arkuszu planowania i obserwują konto demonstracyjne trenera.

10:30 do 12:00. Moduł 6. Intencja klienta, słowa kluczowe i podstawy Google Ads (1,5 godziny, praktyka)

Różnica między odbiorcą, który przegląda social media, a odbiorcą, który szuka rozwiązania w wyszukiwarce. Intencja zapytania: ogólna, konkretna, lokalna i zakupowa. Budowa pierwszej listy słów kluczowych z pomocą AI i jej weryfikacja w danych Google. Planer słów kluczowych: orientacyjna liczba wyszukiwań i orientacyjny koszt kliknięcia. Grupowanie zapytań. Słowa wykluczające i ich wpływ na ochronę budżetu. Wykrywanie nietrafionych propozycji AI. Struktura konta: kampania, grupa reklam, reklama. Nagłówki, teksty i elementy reklamy. Spójność reklamy ze stroną docelową.

Ćwiczenie: uczestnik przygotowuje listę słów kluczowych, listę wykluczeń i szkic reklamy w wyszukiwarce.

12:00 do 13:00. Moduł 7, część pierwsza. Wskaźniki kampanii i odróżnianie wyniku reklamowego od biznesowego (1 godzina, praktyka)

Podstawowe dane kampanii: zasięg, wyświetlenia, kliknięcia, koszt. Wskaźniki CTR, CPC i koszt pozyskania kontaktu. Odróżnianie wskaźnika reklamowego od wyniku biznesowego, czyli od zapytania, telefonu, wizyty i sprzedaży. Przygotowanie danych do analizy oraz ich anonimizacja przed przekazaniem do narzędzia AI.

13:00 do 14:00. Przerwa

14:00 do 15:00. Moduł 7, część druga. Kontrola budżetu, analiza danych i decyzje biznesowe (1 godzina, praktyka)

Ustalanie limitu wydatków i kontrola kosztu. Wykorzystanie AI do podsumowania danych i sprawdzenie poprawności obliczeń. Decyzja: pozostawić, poprawić, zatrzymać lub przetestować. Dokumentowanie decyzji, aby kolejna kampania nie zaczynała się od zera.

Ćwiczenie: uczestnik analizuje przygotowany zestaw danych kampanii i formułuje uzasadnioną decyzję.

15:00 do 16:00. Moduł 8. Plan wdrożenia zmiany na 30 dni (1 godzina, praktyka)

Uczestnik opracowuje plan wdrożenia w swoim miejscu pracy: stan obecny, proces docelowy, lista czynności usuniętych, skróconych lub uporządkowanych, zasady bezpiecznej pracy z danymi, plan kampanii, sposób kontroli budżetu, miernik biznesowy, miernik produktywności, miernik zielonego usprawnienia, osoba odpowiedzialna oraz termin pierwszego sprawdzenia wyników.

16:00 do 17:00. Walidacja (1 godzina)

Walidację prowadzi zewnętrzna instytucja certyfikująca. Trener nie bierze udziału w ocenie. Stosowane są dwie metody walidacji i tylko one.

Zajęcia odbywają się w sali szkoleniowej wyposażonej w stanowiska z dostępem do internetu, rzutnik lub ekran oraz miejsce do pracy indywidualnej. Organizator zapewnia stanowisko pracy, podstawowy dostęp do narzędzia AI, przykładowy przypadek, materiały ćwiczeniowe, szablony promptów, listy kontrolne i arkusze planowania. Uczestnik może pracować na własnym urządzeniu i własnych kontach, jeśli je posiada.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 14

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 14 Wprowadzenie, cele usługi, zasady walidacji, diagnoza potrzeb	Zajęcia	Andrzej Rywocki	26-09-2026	09:00	09:30	00:30
2 z 14 Sztuczna inteligencja, Generative AI i modele językowe w pracy przedsiębiorstwa	Zajęcia	Andrzej Rywocki	26-09-2026	09:30	11:00	01:30
3 z 14 Bezpieczeństwo danych, RODO, prawa autorskie i weryfikacja informacji	Zajęcia	Andrzej Rywocki	26-09-2026	11:00	12:30	01:30
4 z 14 Mapowanie procesu marketingowego przed wdrożeniem AI	Zajęcia	Andrzej Rywocki	26-09-2026	12:30	13:00	00:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
5 z 14 -	Przerwa	-	26-09-2026	13:00	14:00	01:00
6 z 14 Cyfrowa i zielona transformacja procesu, warsztat i dobór mierników	Zajęcia	Andrzej Rywocki	26-09-2026	14:00	15:30	01:30
7 z 14 Prompty i tworzenie materiałów z pomocą AI	Zajęcia	Andrzej Rywocki	26-09-2026	15:30	17:00	01:30
8 z 14 Planowanie kampanii w Meta Ads	Zajęcia	Andrzej Rywocki	27-09-2026	09:00	10:30	01:30
9 z 14 Intencja klienta, słowa kluczowe i podstawy Google Ads	Zajęcia	Andrzej Rywocki	27-09-2026	10:30	12:00	01:30
10 z 14 Wskaźniki kampanii i odróżnianie wyniku reklamowego od biznesowego	Zajęcia	Andrzej Rywocki	27-09-2026	12:00	13:00	01:00
11 z 14 -	Przerwa	-	27-09-2026	13:00	14:00	01:00
12 z 14 Kontrola budżetu, analiza danych i decyzje biznesowe, ćwiczenie	Zajęcia	Andrzej Rywocki	27-09-2026	14:00	15:00	01:00
13 z 14 Plan wdrożenia zmiany na 30 dni	Zajęcia	Andrzej Rywocki	27-09-2026	15:00	16:00	01:00

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
14 z 14 -	Walidacja	-	27-09-2026	16:00	17:00	01:00

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	16:00
w tym suma godzin zajęć	13:00
w tym suma godzin walidacji	01:00
w tym suma przerw	02:00
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	18:30

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 z zwolnienia z podatku VAT na podstawie art. 43 ust. 1 pkt 29 lit. c ustawy z dnia 11 marca 2004 r. o podatku od towarów i usług, jeśli 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	6 396,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 200,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	399,75 PLN
Koszt osobogodziny netto	325,00 PLN
W tym koszt walidacji brutto	307,50 PLN
W tym koszt walidacji netto	250,00 PLN

W tym koszt certyfikowania brutto	153,75 PLN
-----------------------------------	------------

W tym koszt certyfikowania netto	125,00 PLN
----------------------------------	------------

Liczba godzin usługi

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

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

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Andrzej Rywocki

Andrzej Rywocki – przedsiębiorca, trener i praktyk marketingu cyfrowego oraz wdrożeń sztucznej inteligencji. Od ponad 5 lat zawodowo realizuje projekty z zakresu marketingu cyfrowego, e-commerce i AI, a z technologiami internetowymi pracuje od 2000 roku.

Jest współwłaścicielem i dyrektorem 13th Floor LTD (Wielka Brytania), gdzie odpowiada za rozwój sprzedaży internetowej, marketing oraz wdrażanie narzędzi cyfrowych. Od 2022 r. pełni funkcję Dyrektora Kreatywnego i Digital w Effective Pharm.

Posiada doświadczenie w prowadzeniu kampanii Meta Ads i Google Ads, projektowaniu stron i sklepów internetowych, wdrażaniu Google Analytics, Google Tag Manager, Google Merchant Center, Google Search Console oraz systemów CRM. Od wielu lat rozwija sprzedaż internetową i automatyzuje procesy biznesowe.

Praktycznie wykorzystuje narzędzia AI do tworzenia treści, materiałów graficznych, analizy danych oraz automatyzacji procesów przedsiębiorstw. Jest autorem wdrożeń systemów CRM, w tym rozwiązania wykorzystywanego przez Sky Detalist Sp. z o.o.

Ukończył studia inżynierskie na kierunku Informatyka i Technologia Telekomunikacyjna oraz posiada certyfikat Award Level 3 in Web Design and Marketing for Entrepreneurs (Netcom Training, 2022). W szkoleniach koncentruje się na praktycznym wykorzystaniu AI i marketingu cyfrowego w działalności przedsiębiorstw.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały przekazywane uczestnikom

- prezentacja szkoleniowa w formacie PDF;
- biblioteka gotowych promptów do zadań marketingowych;
- szablon opisu firmy, produktu i klienta do pracy z AI;

- lista kontrolna bezpieczeństwa danych przed użyciem narzędzia AI;
- lista kontrolna weryfikacji treści przed publikacją;
- arkusz planowania kampanii Meta Ads;
- arkusz planowania kampanii Google Ads wraz z listą wykluczeń;
- arkusz mierników: biznesowego, produktywności i zielonego usprawnienia;
- szablon planu wdrożenia zmiany na 30 dni;
- zestaw danych ćwiczeniowych do analizy wyników kampanii;
- certyfikat kwalifikacji wydany przez instytucję certyfikującą.

Warunki uczestnictwa

Wymagania wstępne wobec uczestnika

- podstawowa obsługa komputera i przeglądarki internetowej;
- aktywny numer telefonu dostępny podczas zajęć, jeśli platforma wyśle kod potwierdzający;
- gotowość do wykonywania ćwiczeń;
- gotowość do pracy na przykładzie przygotowanym przez organizatora albo na przykładzie z własnego miejsca pracy.

Konta Facebook, Google i konto w narzędziu AI są zalecane, ale nie są warunkiem udziału. Organizator zapewnia stanowisko, dostęp do narzędzia AI i przykładowy przypadek.

Informacje dodatkowe

Informacja o zwolnieniu z VAT:

„Szkolenie stanowi usługę kształcenia zawodowego finansowaną w co najmniej 70% ze środków publicznych.”

„Usługa korzysta ze zwolnienia z podatku 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 oraz warunków stosowania tych zwolnień.”

Adres

ul. Tadeusza Kościuszki 229

40-600 Katowice

woj. śląskie

Studio detailingowe poziom 0 Centrum Handlowe Libero Katowice

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Wi-fi

Kontakt



PAWEŁ ŚMIDECKI

E-mail ps@skydetailist.com

Telefon (+48) 781 418 777