



Fundacja Biznes
Odpowiedzialny
Społecznie

★★★★★ 4,9 / 5

981 ocen

Marketing przyszłości: budowanie strategii w erze sztucznej inteligencji - szkolenie

Numer usługi 2026/08/10/12144/3737571

- 📄 Usługa szkoleniowa
- 💻 zdalna w czasie rzeczywistym
- 👥 Zajęcia grupowe
- 🕒 20:00 h
- 📅 09.09.2026 do 14.09.2026

5 000,00 PLN brutto

5 000,00 PLN netto

250,00 PLN brutto/h

250,00 PLN netto/h

250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Grupa docelowa usługi	Grupę docelową szkolenia „Marketing przyszłości: budowanie strategii w erze sztucznej inteligencji” stanowią właściciele firm, prezesi i kierownicy działów marketingu oraz sprzedaży, odpowiedzialni za rozwój i strategię organizacji, a także inni pracownicy zainteresowani wykorzystaniem AI w marketingu. Szkolenie skierowane jest do osób otwartych na innowacje i wdrażanie zmian technologicznych, obejmuje również tematykę rozpoznawania potrzeb marketingowych małej firmy, narzędzi marketingu internetowego (strona WWW, media społecznościowe, Google Moja Firma, platformy B2B), tworzenia treści promocyjnych oraz zarządzania widocznością w internecie (SEO, opinie, wizytówki, monitoring efektów).
Minimalna liczba uczestników	2
Maksymalna liczba uczestników	16
Data zakończenia rekrutacji	08-09-2026
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Usługa „Marketing przyszłości: budowanie strategii w erze sztucznej inteligencji” przygotowuje do projektowania, wdrażania i doskonalenia nowoczesnych strategii marketingowych z wykorzystaniem narzędzi sztucznej inteligencji,

analityki danych i automatyzacji procesów, umożliwiających skuteczne prowadzenie działań promocyjnych online, personalizację oferty oraz precyzyjne definiowanie celów, grup docelowych i kanałów komunikacji w małych firmach.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik charakteryzuje kluczowe trendy wpływające na transformację marketingu w gospodarce cyfrowej	Uczestnik wskazuje zmiany technologiczne, społeczne lub środowiskowe wpływające na strategię marketingowe	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik wyjaśnia rolę sztucznej inteligencji w projektowaniu nowoczesnych strategii marketingowych	Uczestnik przedstawia różnicę między tradycyjną a współczesną rolą marketingu w strukturze firmy	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	narzędzi AI w planowaniu, automatyzacji i analizie działań marketingowych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik rozpoznaje elementy strategii marketingowej prowadzące do wyróżnienia firmy na tle konkurencji	Uczestnik rozróżnia komponenty strategii marketingowej wpływające na przewagę rynkową	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik identyfikuje potrzeby marketingowe małej firmy	Uczestnik określa cele marketingowe, grupy docelowe i kanały komunikacji	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik dobiera narzędzia marketingu internetowego adekwatne do charakteru działalności	Uczestnik opisuje funkcje i możliwości zastosowania narzędzi marketingu internetowego (strona WWW, media społecznościowe, Google Moja Firma, platformy B2B)	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik tworzy i publikuje treści promocyjne dopasowane do odbiorców	Uczestnik przygotowuje posty, oferty lub opisy usług zgodnie z zasadami skutecznej komunikacji	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik zarządza widocznością firmy w internecie	Uczestnik charakteryzuje podstawowe zasady SEO oraz znaczenie opinii i wizytówek w monitorowaniu efektywności działań marketingowych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik analizuje dane marketingowe w celu podejmowania decyzji	Uczestnik wskazuje źródła danych, interpretuje KPI i wykorzystuje je w planowaniu działań	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik opisuje strukturę i elementy modelu operacyjnego marketingu	Uczestnik wyjaśnia zależności między procesami, zasobami i rolami w marketingu	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik planuje działania marketingowe z uwzględnieniem budżetu, zasobów i kanałów komunikacji	Uczestnik wymienia i wyjaśnia etapy opracowania zintegrowanego planu marketingowego oraz jego kluczowe elementy	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik rozpoznaje kompetencje niezbędne do prowadzenia marketingu w warunkach cyfrowej transformacji	Uczestnik wskazuje i rozwija kompetencje analityczne, projektowe, komunikacyjne i strategiczne	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik identyfikuje etyczne i operacyjne ryzyka związane z wykorzystaniem AI w marketingu.	Uczestnik określa działania zapobiegawcze i zasady transparentności algorytmów	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik stosuje dobre praktyki i zasady compliance przy wdrażaniu rozwiązań AI	Uczestnik wymienia procedury minimalizujące ryzyka technologiczne i wizerunkowe	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

1. Marketing przyszłości – trendy i zmiany - 2 godziny 10 minut zajęć teoretycznych

- Nowe modele marketingowe w gospodarce cyfrowej.
- Zmiana roli marketingu w organizacji: od wsparcia sprzedaży do współtwórcy wartości strategicznej.
- Trendy technologiczne, społeczne i środowiskowe wpływające na marketing.

2. Budowanie przewagi konkurencyjnej przez strategię marketingową - 1 godzina 55 minut zajęć teoretycznych

- Kluczowe komponenty nowoczesnej strategii marketingowej.
- Pozycjonowanie marki w warunkach zmienności rynkowej.
- Nowe formy konkurencji i zmieniające się granice rynku.

3. Zarządzanie informacją i podejmowanie decyzji na podstawie danych - 1 godzina 30 minut zajęć teoretycznych

- Modelowanie decyzyjne w marketingu: od intuicji do predykcji.
- Źródła danych i ich wiarygodność.
- Systemy dashboardowe, KPI i mierniki skuteczności strategii.

4. Projektowanie modeli operacyjnych marketingu - 1 godzina 55 minut zajęć praktycznych

- Marketing jako system: struktura procesowa, role, workflow.
- Planowanie kampanii z uwzględnieniem zasobów, budżetów i kanałów.
- Zintegrowane planowanie działań (media, produkt, promocja, dystrybucja).

5. Rozpoznawanie potrzeb marketingowych małej firmy - 1 godzina 5 minut zajęć praktycznych

- Identyfikacja celów marketingowych i biznesowych.
- Określanie grup docelowych i kanałów komunikacji.
- Dobór narzędzi wspierających rozwój małego przedsiębiorstwa.

6. Narzędzia marketingu internetowego - 1 godzina 5 minut zajęć praktycznych

- Strona internetowa jako narzędzie komunikacji i sprzedaży.
- Wykorzystanie mediów społecznościowych w promocji.
- Google Moja Firma i platformy B2B jako kanały wzmacniania widoczności.

7. Tworzenie i publikowanie treści promocyjnych za pomocą AI - 1 godzina 25 minut zajęć praktycznych

- Pisanie postów, tworzenie ofert i prezentacji usług online za pomocą AI.
- Dobór języka i formy przekazu do grupy docelowej za pomocą AI.

8. Zarządzanie widocznością w internecie przy wykorzystaniu sztucznej inteligencji - 1 godzina zajęć praktycznych

- Podstawy pozycjonowania (SEO) i optymalizacji treści przy wykorzystaniu sztucznej inteligencji
- Monitoring efektów i analiza skuteczności działań.

9. Nowe kompetencje liderów marketingu - 1 godzina 55 minut zajęć praktycznych

- Kompetencje przyszłości: analityczne, projektowe, komunikacyjne, strategiczne.
- Współpraca interdyscyplinarna (z IT, strategią, ESG, sprzedażą).
- Budowanie kultury innowacji i odporności organizacyjnej.

10. Technologiczne komponenty strategii – w tym AI, ale nie tylko - 55 minut zajęć praktycznych

- Miejsce sztucznej inteligencji w ekosystemie narzędzi marketingowych.
- Automatyzacja kampanii, wykorzystanie AI do generowania treści, predykcji i segmentacji.

11. Etyka, transparentność i ryzyka związane z AI w marketingu - 1 godzina 45 minut zajęć teoretycznych

- Etyczne aspekty wykorzystania AI w strategiach marketingowych.
- Identyfikacja ryzyk technologicznych, operacyjnych i wizerunkowych.
- Dobre praktyki i compliance przy wdrażaniu AI w organizacji.

8. Walidacja - 1 godzina

Liczba godzin usługi: 20 godzin (usługa jest realizowana w godzinach zegarowych 1 h szkolenia = 60 min.):

- Liczba godzin teoretycznych - 7 godzin 20 minut
- Liczba godzin praktycznych - 9 godzin 20 minut
- Walidacja - 1 godzina 00 minut
- Przerwy - 2 godziny 20 minut (przerwy - codziennie, dwa razy po 5 minut - w godzinach 08:55 - 09:00; 11:55 - 12:00; jeden raz po 15 minut - w godzinach 10:15 - 10:30, jeden raz po 35 minut - w godzinach 14:00 - 14:35)

Format szkolenia w formie zdalnej w czasie rzeczywistym z wykorzystaniem platformy LiveWebinar:

- wykłady i prezentacje prowadzone przez trenera,
- warsztaty praktyczne i case studies umożliwiające zastosowanie wiedzy w rzeczywistych sytuacjach marketingowych,
- analiza przykładów strategii i kampanii marketingowych wykorzystujących narzędzia sztucznej inteligencji.

Walidacja – test wiedzy online i umiejętności z zakresu tematycznego szkolenia:

- Forma: test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie (online)

- Próg zaliczenia: 75%
- Metoda testu: 20 pytań
- Narzędzie: platforma Google Forms

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 43

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 43 Marketing przyszłości trendy i zmiany: nowe modele marketingowe w gospodarce cyfrowej	Zajęcia	Mariusz Malinowski	09-09-2026	08:00	08:55	00:55
2 z 43 -	Przerwa	-	09-09-2026	08:55	09:00	00:05
3 z 43 Marketing przyszłości trendy i zmiany: zmiana roli marketingu w organizacji od wsparcia sprzedaży do współtwórcy wartości strategicznej	Zajęcia	Mariusz Malinowski	09-09-2026	09:00	09:40	00:40
4 z 43 Marketing przyszłości trendy i zmiany: trendy technologiczne, społeczne i środowiskowe wpływające na marketing	Zajęcia	Mariusz Malinowski	09-09-2026	09:40	10:15	00:35
5 z 43 -	Przerwa	-	09-09-2026	10:15	10:30	00:15

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
6 z 43 Budowanie przewagi konkurencyjnej przez strategię marketingową : kluczowe komponenty nowoczesnej strategii marketingowej	Zajęcia	Mariusz Malinowski	09-09-2026	10:30	11:00	00:30
7 z 43 Budowanie przewagi konkurencyjnej przez strategię marketingową : pozycjonowanie marki w warunkach zmienności rynkowej	Zajęcia	Mariusz Malinowski	09-09-2026	11:00	11:30	00:30
8 z 43 Budowanie przewagi konkurencyjnej przez strategię marketingową : nowe formy konkurencji i zmieniające się granice rynku	Zajęcia	Mariusz Malinowski	09-09-2026	11:30	11:55	00:25
9 z 43 -	Przerwa	-	09-09-2026	11:55	12:00	00:05
10 z 43 Budowanie przewagi konkurencyjnej przez strategię marketingową : nowe formy konkurencji i zmieniające się granice rynku	Zajęcia	Mariusz Malinowski	09-09-2026	12:00	12:30	00:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
11 z 43 Zarządzanie informacją i podejmowaniem decyzji na podstawie danych: modelowanie decyzyjne w marketingu od intuicji do predykcji	Zajęcia	Mariusz Malinowski	09-09-2026	12:30	13:10	00:40
12 z 43 Zarządzanie informacją i podejmowaniem decyzji na podstawie danych: źródła danych i ich wiarygodność	Zajęcia	Mariusz Malinowski	09-09-2026	13:10	13:40	00:30
13 z 43 Zarządzanie informacją i podejmowaniem decyzji na podstawie danych: systemy dashboardowe, KPI i mierniki skuteczności strategii	Zajęcia	Mariusz Malinowski	09-09-2026	13:40	14:00	00:20
14 z 43 -	Przerwa	-	09-09-2026	14:00	14:35	00:35
15 z 43 Projektowanie modeli operacyjnych marketingu: marketing jako system struktura procesowa, role, workflow	Zajęcia	Mariusz Malinowski	09-09-2026	14:35	15:10	00:35

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
16 z 43 Projektowanie modeli operacyjnych marketingu: planowanie kampanii z uwzględnieniem zasobów, budżetów i kanałów	Zajęcia	Mariusz Malinowski	09-09-2026	15:10	16:00	00:50
17 z 43 Projektowanie modeli operacyjnych marketingu: zintegrowane planowanie działań (media, produkt, promocja, dystrybucja)	Zajęcia	Marcin Lenkiewicz	11-09-2026	08:00	08:30	00:30
18 z 43 Rozpoznawanie potrzeb marketingowych małej firmy: identyfikacja celów marketingowych i biznesowych	Zajęcia	Marcin Lenkiewicz	11-09-2026	08:30	08:55	00:25
19 z 43 -	Przerwa	-	11-09-2026	08:55	09:00	00:05
20 z 43 Rozpoznawanie potrzeb marketingowych małej firmy: określanie grup docelowych i kanałów komunikacji	Zajęcia	Marcin Lenkiewicz	11-09-2026	09:00	09:20	00:20

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
21 z 43 Rozpoznawanie potrzeb marketingowych małej firmy: dobór narzędzi wspierających rozwój małego przedsiębiorstwa	Zajęcia	Marcin Lenkiewicz	11-09-2026	09:20	09:40	00:20
22 z 43 Narzędzia marketingu internetowego: strona internetowa jako narzędzie komunikacji i sprzedaży	Zajęcia	Marcin Lenkiewicz	11-09-2026	09:40	10:00	00:20
23 z 43 Narzędzia marketingu internetowego : wykorzystanie mediów społecznościowych w promocji	Zajęcia	Marcin Lenkiewicz	11-09-2026	10:00	10:15	00:15
24 z 43 -	Przerwa	-	11-09-2026	10:15	10:30	00:15
25 z 43 Narzędzia marketingu internetowego : Google Moja Firma i platformy B2B jako kanały wzmacniania widoczności	Zajęcia	Marcin Lenkiewicz	11-09-2026	10:30	11:00	00:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
26 z 43 Tworzenie i publikowanie treści promocyjnych za pomocą AI: pisanie postów, tworzenie ofert i prezentacji usług online za pomocą AI	Zajęcia	Marcin Lenkiewicz	11-09-2026	11:00	11:40	00:40
27 z 43 Tworzenie i publikowanie treści promocyjnych za pomocą AI: dobór języka i formy przekazu do grupy docelowej za pomocą AI	Zajęcia	Marcin Lenkiewicz	11-09-2026	11:40	11:55	00:15
28 z 43 -	Przerwa	-	11-09-2026	11:55	12:00	00:05
29 z 43 Tworzenie i publikowanie treści promocyjnych za pomocą AI: dobór języka i formy przekazu do grupy docelowej za pomocą AI	Zajęcia	Marcin Lenkiewicz	11-09-2026	12:00	12:30	00:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
30 z 43 Zarządzanie widocznością w internecie przy wykorzystaniu sztucznej inteligencji: podstawy pozycjonowania (SEO) i optymalizacji treści przy wykorzystaniu sztucznej inteligencji	Zajęcia	Marcin Lenkiewicz	11-09-2026	12:30	13:00	00:30
31 z 43 Zarządzanie widocznością w internecie przy wykorzystaniu sztucznej inteligencji: monitoring efektów i analiza skuteczności działań	Zajęcia	Marcin Lenkiewicz	11-09-2026	13:00	13:30	00:30
32 z 43 Nowe kompetencje liderów marketingu: kompetencje przyszłości analityczne, projektowe, komunikacyjne, strategiczne	Zajęcia	Marcin Lenkiewicz	11-09-2026	13:30	14:00	00:30
33 z 43 -	Przerwa	-	11-09-2026	14:00	14:35	00:35
34 z 43 Nowe kompetencje liderów marketingu: współpraca interdyscyplinarna (z IT, strategią, ESG, sprzedażą)	Zajęcia	Marcin Lenkiewicz	11-09-2026	14:35	15:20	00:45

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
35 z 43 Nowe kompetencje liderów marketingu: budowanie kultury innowacji i odporności organizacyjnej	Zajęcia	Marcin Lenkiewicz	11-09-2026	15:20	16:00	00:40
36 z 43 Technologiczne komponenty strategii – w tym AI, ale nie tylko: miejsce sztucznej inteligencji w ekosystemie narzędzi marketingowych	Zajęcia	Marcin Lenkiewicz	14-09-2026	08:00	08:25	00:25
37 z 43 Technologiczne komponenty strategii – w tym AI, ale nie tylko: automatyzacja kampanii, wykorzystanie AI do generowania treści, predykcji i segmentacji	Zajęcia	Mariusz Malinowski	14-09-2026	08:25	08:55	00:30
38 z 43 -	Przerwa	-	14-09-2026	08:55	09:00	00:05
39 z 43 Etyka, transparentność i ryzyka związane z AI w marketingu: etyczne aspekty wykorzystania AI w strategiach marketingowych	Zajęcia	Marcin Lenkiewicz	14-09-2026	09:00	09:30	00:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
40 z 43 Etyka, transparentność i ryzyka związane z AI w marketingu: identyfikacja ryzyk technologicznych, operacyjnych i wizerunkowych	Zajęcia	Marcin Lenkiewicz	14-09-2026	09:30	10:15	00:45
41 z 43 -	Przerwa	-	14-09-2026	10:15	10:30	00:15
42 z 43 Etyka, transparentność i ryzyka związane z AI w marketingu: dobre praktyki i compliance przy wdrażaniu AI w organizacji	Zajęcia	Marcin Lenkiewicz	14-09-2026	10:30	11:00	00:30
43 z 43 -	Walidacja	-	14-09-2026	11:00	12:00	01:00

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	20:00
w tym suma godzin zajęć	16:40
w tym suma godzin walidacji	01:00
w tym suma przerw	02:20
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	23:25

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
-------------	------

Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 000,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 113 ust. 1 ustawy o VAT ze względu na wartość sprzedaży	
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 000,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	250,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	250,00 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	20:00

Prowadzący

Liczba prowadzących: 2



1 z 2

Marcin Lenkiewicz

Marcin Lenkiewicz to doświadczony trener i konsultant edukacyjno-biznesowy, specjalizujący się w zarządzaniu zmianą, wdrażaniu strategii transformacyjnych oraz integracji sztucznej inteligencji w środowiskach pracy. Współpracował m.in. z międzynarodową firmą finansową IGK Group Credit Management oraz koncernem Magneti Marelli, gdzie realizował projekty z zakresu komunikacji międzykulturowej, zarządzania projektami oraz digitalizacji procesów operacyjnych. Posiada również doświadczenie w działaniach powiązanych z nowoczesnym marketingiem: przez ponad 5 lat tworzył angażujące treści i zarządzał publikacjami online, współpracując z zespołami copywriterów i specjalistami ds. mediów społecznościowych. Koordynował pracę redakcji, nadzorował promocję treści cyfrowych i wspierał działania komunikacyjne skierowane do odbiorców z różnych segmentów rynku. Tworzył scenariusze materiałów edukacyjnych oraz projektował kampanie treściowe z wykorzystaniem narzędzi graficznych i edytorskich (Canva, Adobe Creative Suite). Ukończył studia magisterskie z socjologii na Uniwersytecie w Białymstoku oraz studia licencjackie z administracji publicznej i filozofii w Wyższej Szkole Administracji Publicznej im. S. Staszica. Uzupełniał wiedzę w ramach szkoleń z wykorzystania AI w środowiskach zawodowych, komunikacji strategicznej oraz zarządzania projektami w metodykach Agile i Waterfall. W ciągu ostatnich 5 lat Pan Lenkiewicz prowadził szkolenia w tej samej lub pokrewnej tematyce.



2 z 2

Mariusz Malinowski

Mariusz Malinowski to wybitny specjalista z bogatym doświadczeniem w dziedzinie IT i zarządzania projektami, specjalizujący się w opracowywaniu i wdrażaniu zaawansowanych strategii biznesowych. W ciągu kilku lat, Malinowski nawiązał długoterminowe umowy o współpracy z kilkunastoma sieciami franczyzowymi w Polsce, obejmującymi łącznie obsługę 800 przedsiębiorstw.

Jego umiejętności są potwierdzone przez certyfikaty Project Management Associate (IPMA) oraz ILM-5 od The Institute of Leadership and Management. Dodatkowo, od 2015 roku zasiada w Komitecie Monitorującym Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój przy Ministerstwie Rozwoju, Pracy i Technologii.

W swojej pracy Malinowski wykorzystuje metody zarządzania zmianą, zarządzania projektami. Pracuje nad rozwijaniem marki oraz zwiększaniem ruchu w witrynach internetowych i social media. W ramach szkolenia, Malinowski skupia się na praktycznym wykorzystaniu technologii AI do optymalizacji procesów sprzedażowych i relacji z klientem.

Mariusz Malinowski to osoba o wieloletnim doświadczeniu i ugruntowanej pozycji na rynku, który jest w stanie oferować szkolenia na najwyższym poziomie, dostosowane do najnowszych trendów i technologii.

Trener posiada doświadczenie nabyte nie wcześniej niż 5 lat przed datą wprowadzenia szczegółowych danych dotyczących oferowanej usługi.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Każdy uczestnik po ukończeniu szkolenia otrzyma imienny certyfikat potwierdzający ukończenie szkolenia „Marketing przyszłości: budowanie strategii w erze sztucznej inteligencji - szkolenie”, wydany przez Fundację Biznes Odpowiedzialny Społecznie, zawierający zakres tematyczny, liczbę godzin oraz potwierdzenie nabytych efektów uczenia się. Uczestnicy otrzymają również materiały dydaktyczne w formie prezentacji multimedialnej opracowanej specjalnie na potrzeby szkolenia.

Warunki uczestnictwa

Warunki zaliczenia usługi:

Warunkiem zaliczenia usługi jest uczestnictwo w co najmniej 80% całkowitej liczby godzin zegarowych, przy czym jedna godzina zegarowa oznacza 60 minut uczestnictwa w zajęciach online prowadzonych w czasie rzeczywistym. Dla usługi obejmującej 20 godzin zegarowych oznacza to obowiązek uczestnictwa w minimum 16 godzinie zegarowych - co powinno zostać potwierdzone na podstawie raportów logowań każdego uczestnika. Zaliczenie szkolenia następuje po spełnieniu powyższego warunku obecności (na podstawie raportów logowań) oraz pozytywnym ukończeniu testu wiedzy kończącego szkolenie.

Raporty z logowania zawierają:

- pełna nazwa firmy kierującej uczestnika na szkolenie; ID numer usługi, datę przeprowadzenia szkolenia
- imię i nazwisko uczestnika,
- datę, godzinę rozpoczęcia i zakończenia każdego logowania, całkowity czas aktywnej obecności na platformie (w minutach).

Informacje dodatkowe

- Uczestnicy nie muszą wykazywać się minimalnym doświadczeniem/stażem aby uczestniczyć w usłudze rozwojowej.
- Usługa realizowana jest w godzinach zegarowych tj. za godzinę usługi szkoleniowej rozumie się 60 minut. Walidacja i przerwy wlicza się w czas trwania usługi. Przerwy sygnalizowane są przez osobę prowadzącą i zapisywane na czacie w platformie szkoleniowej.
- Usługa jest realizowana przez podmiot spełniający wymagania określone w Rozporządzeniu Ministra Funduszy i Polityki Regionalnej z dnia 28.07.2023 r. w sprawie rejestru podmiotów świadczących usługi rozwojowe (Dz.U. z 2023 r. poz. 1686).
- Usługa zwolniona z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 pkt 29 lit. c ustawy o VAT w zw. z § 3 ust. 1 pkt 14 rozporządzenia MF z 20.12.2013 r.

Warunki techniczne

Wymagania techniczno-sprzętowe:

Każdy uczestnik szkolenia powinien mieć możliwość korzystania z urządzenia mobilnego z dostępem do Internetu z przesyłem

co najmniej 5MB/s oraz wyposażonego w mikrofon, kamerę i głośnik.

Urządzenie powinno posiadać:

- Procesor dwurdzeniowy 2GHz lub lepszy;
- 2 GB pamięci RAM lub więcej;
- System operacyjny Windows, Mac OS, Linux, ChromeOS, Android, IOS - zalecane najnowsze wersje;

Szkolenie prowadzone będzie na platformie opartej na przeglądarce internetowej. Wymagane jest posiadanie jednej z przeglądarek:

Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, Edge, Opera, Safari.

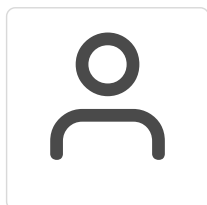
Kody dostępowe do usługi:

Szkolenie będzie się odbywać za pomocą platformy LiveWebinar. Program umożliwia prezentację ekranu: <https://livewebinar.com/135-788-738>

Okres ważności linku do usługi – od 09.09.2026 do 14.09.2026 o godzinie 12:05.

Uczestnicy, trener oraz Operator drogą mailową otrzymają dostęp tj. link i hasło przed rozpoczęciem szkolenia

Kontakt



Natallia Paulenka

E-mail paulenka@bosfundacja.pl

Telefon (+48) 536 210 297