



AI w Marketingu i Social Media – automatyzacja, content i skuteczniejsze kampanie. Twórz szybciej. Analizuj lepiej. Promuj skuteczniej. Szkolenie.

Numer usługi 2026/09/06/183734/3791924

3 520,00 PLN brutto
3 520,00 PLN netto
220,00 PLN brutto/h
220,00 PLN netto/h
250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

NATURALITY

SPÓŁKA Z

OGRANICZONĄ

ODPOWIEDZIALNOŚĆ

CIĄ

★★★★★ 4,8 / 5

327 ocen

🏠 Usługa szkoleniowa

📄 zdalna w czasie rzeczywistym

👥 Zajęcia grupowe

🕒 16:00 h

📅 26.10.2026 do 27.10.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Usługa skierowana jest do przedsiębiorców, właścicieli i pracowników mikro, małych, średnich oraz dużych przedsiębiorstw, specjalistów ds. marketingu, promocji, sprzedaży i komunikacji, osób odpowiedzialnych za prowadzenie profili firmowych w mediach społecznościowych, a także freelancerów i osób rozwijających własną markę. Szkolenie skierowane jest do osób, które chcą praktycznie wykorzystywać sztuczną inteligencję do tworzenia treści marketingowych, planowania i automatyzacji działań promocyjnych, analizy wyników kampanii oraz zwiększania skuteczności komunikacji w social mediach. Uczestnicy nie muszą posiadać zaawansowanej wiedzy technicznej ani programistycznej. Wystarczająca jest podstawowa znajomość obsługi komputera i Internetu oraz zainteresowanie wykorzystaniem AI w codziennej pracy marketingowej. Usługa jest odpowiednia zarówno dla osób początkujących, jak i posiadających już doświadczenie w marketingu, które chcą uporządkować i rozwinąć kompetencje w zakresie AI.

Minimalna liczba uczestników

2

Maksymalna liczba uczestników

10

Data zakończenia rekrutacji

25-10-2026

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

Celem edukacyjnym usługi jest przygotowanie uczestnika do praktycznego wykorzystania sztucznej inteligencji w marketingu i social mediach. Uczestnik nauczy się dobierać narzędzia AI do tworzenia treści, automatyzacji działań promocyjnych, analizy wyników kampanii, personalizacji komunikacji oraz optymalizacji działań marketingowych i zwiększania ich skuteczności.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
1. Rozpoznaje zastosowania sztucznej inteligencji w promocji firmy i marketingu cyfrowym.	a) definiuje podstawowe pojęcia związane z AI w marketingu; b) rozróżnia przykładowe zastosowania AI w promocji, reklamie i social mediach; c) dobiera typ narzędzia AI do wskazanego zadania marketingowego.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
2. Dobiera rozwiązania AI do automatyzacji działań marketingowych.	a) wskazuje procesy marketingowe możliwe do automatyzacji; b) dobiera narzędzia do planowania publikacji, generowania treści i optymalizacji kampanii; c) rozpoznaje prawidłową kolejność działań w zautomatyzowanym procesie marketingowym.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
3. Dobiera zasady tworzenia i personalizacji treści z wykorzystaniem AI.	a) wskazuje elementy skutecznego polecenia dla narzędzia generatywnego; b) dobiera format treści do kanału i celu komunikacyjnego; c) dobiera sposób personalizacji treści do danych o grupie docelowej; d) rozpoznaje kryteria oceny jakości i skuteczności treści.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
4. Interpretuje dane z kampanii marketingowych i dobiera działania optymalizacyjne.	a) rozpoznaje podstawowe wskaźniki efektywności kampanii; b) interpretuje zmiany wyników i zachowań odbiorców; c) dobiera działanie optymalizacyjne do opisanego wyniku kampanii; d) rozpoznaje zastosowanie AI do identyfikacji trendów i przewidywania zachowań użytkowników.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
5. Dobiera sposoby wykorzystania AI do budowania strategii w mediach społecznościowych.	a) rozróżnia dane demograficzne i behawioralne istotne dla komunikacji; b) dobiera działania zwiększające zasięg i zaangażowanie; c) dobiera sposób personalizacji komunikacji do segmentu odbiorców; d) rozpoznaje rolę AI w planowaniu i modyfikowaniu strategii social media.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
6. Dobiera narzędzia i wskaźniki do monitorowania oraz raportowania działań marketingowych.	a) wskazuje dane niezbędne do monitorowania efektywności kampanii; b) dobiera sposób automatycznego raportowania; c) interpretuje przykładowy raport marketingowy; d) dobiera sposób optymalizacji budżetu reklamowego na podstawie wyników.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
7. Planuje wdrożenie poznanych narzędzi AI do działań promocyjnych firmy.	a) dobiera narzędzia do określonego celu promocyjnego; b) ustala kolejność działań wdrożeniowych; c) dobiera wskaźniki oceny skuteczności wdrożenia; d) rozpoznaje rozwiązania właściwe dla przedstawionego studium przypadku.	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. Wprowadzenie do sztucznej inteligencji w marketingu

Definicja AI i generatywnej AI w kontekście promocji firmy.

Przegląd zastosowań AI w marketingu, reklamie i mediach społecznościowych.

Rodzaje narzędzi: generowanie tekstu, grafiki i wideo, analiza danych, planowanie publikacji, automatyzacja.

Korzyści, ograniczenia oraz dobór narzędzia do celu marketingowego.

2. Automatyzacja działań marketingowych z wykorzystaniem AI

Identyfikacja procesów promocyjnych możliwych do automatyzacji.

Tworzenie prostych przepływów pracy dla kampanii i publikacji.

Automatyczne generowanie treści, planowanie postów i wspieranie obsługi kampanii.

Optymalizacja kampanii z wykorzystaniem danych oraz reguł decyzyjnych.

3. Tworzenie angażujących treści z pomocą AI

Generowanie tekstów marketingowych, postów, opisów ofert, grafik i scenariuszy wideo.

Formułowanie poleceń i iteracyjne poprawianie wyników generowanych przez AI.

Dopasowanie stylu, języka i formatu do kanału oraz grupy docelowej.

Personalizacja treści na podstawie danych o odbiorcach i ocena skuteczności komunikatów.

4. Analiza danych i optymalizacja kampanii

Wykorzystanie AI do analizy wyników kampanii i zachowań odbiorców.

Podstawowe KPI: zasięg, zaangażowanie, CTR, konwersja, koszt pozyskania, ROAS.

Identyfikacja trendów i anomalii oraz wnioskowanie na podstawie danych.

Dobór działań optymalizacyjnych i predykcja trendów/zachowań użytkowników.

5. Budowanie strategii w mediach społecznościowych z pomocą AI

Analiza danych demograficznych i behawioralnych odbiorców.

Dobór formatów, tematów i częstotliwości publikacji do celów marketingowych.

Zwiększanie zasięgów i zaangażowania przy wykorzystaniu AI.

Personalizacja komunikacji dla segmentów odbiorców i modyfikowanie strategii na podstawie wyników.

6. Monitorowanie i raportowanie wyników działań marketingowych

Narzędzia AI wspierające monitorowanie efektywności kampanii.

Automatyczne generowanie raportów,
podsumowań i rekomendacji.

Interpretacja danych i podejmowanie decyzji na podstawie wskaźników.

Optimalizacja budżetu reklamowego na podstawie wyników kampanii.

7. Podsumowanie i wdrożenie zdobytej wiedzy

Łączenie narzędzi AI w spójny proces promocji firmy.

Dobór narzędzi i priorytetów wdrożeniowych do potrzeb organizacji.

Tworzenie indywidualnego planu wykorzystania AI w działaniach marketingowych.

Case study, analiza przykładów kampanii oraz przygotowanie do walidacji.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 19

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 19 Wprowadzenie do AI w marketingu – pojęcia, zastosowania, przegląd narzędzi i dobór narzędzia do celu	Zajęcia	Jarosław Marciński	26-10-2026	08:00	09:30	01:30
2 z 19 -	Przerwa	-	26-10-2026	09:30	09:45	00:15
3 z 19 Automatyzacja działań marketingowych – procesy, workflow, planowanie publikacji i kampanii	Zajęcia	Jarosław Marciński	26-10-2026	09:45	11:15	01:30
4 z 19 -	Przerwa	-	26-10-2026	11:15	11:30	00:15

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
5 z 19 Automatyzacja działań marketingowych – generowanie treści, zarządzanie kampanią, optymalizacja i analiza wyników	Zajęcia	Jarosław Marciński	26-10-2026	11:30	13:00	01:30
6 z 19 -	Przerwa	-	26-10-2026	13:00	13:30	00:30
7 z 19 Tworzenie angażujących treści – tekst, grafika, wideo, formułowanie poleceń i iteracyjne doskonalenie treści	Zajęcia	Jarosław Marciński	26-10-2026	13:30	15:00	01:30
8 z 19 -	Przerwa	-	26-10-2026	15:00	15:15	00:15
9 z 19 Personalizacja treści – dopasowanie do kanału, grupy docelowej i ocena skuteczności komunikacji	Zajęcia	Jarosław Marciński	26-10-2026	15:15	16:00	00:45
10 z 19 Analiza danych i optymalizacja kampanii – KPI, interpretacja danych, trendy, predykcja i decyzje optymalizacyjne	Zajęcia	Jarosław Marciński	27-10-2026	08:00	09:30	01:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
11 z 19 -	Przerwa	-	27-10-2026	09:30	09:45	00:15
12 z 19 Strategia social media z AI – dane o odbiorcach, planowanie treści, zasięg, zaangażowanie i personalizacja	Zajęcia	Jarosław Marciński	27-10-2026	09:45	11:15	01:30
13 z 19 -	Przerwa	-	27-10-2026	11:15	11:30	00:15
14 z 19 Monitorowanie i raportowanie – automatyczne raporty, interpretacja wyników i optymalizacja budżetu reklamowego	Zajęcia	Jarosław Marciński	27-10-2026	11:30	13:00	01:30
15 z 19 -	Przerwa	-	27-10-2026	13:00	13:30	00:30
16 z 19 Wdrożenie wiedzy – dobór narzędzi, plan działań, priorytety wdrożeniowe i indywidualna strategia promocji z AI	Zajęcia	Jarosław Marciński	27-10-2026	13:30	14:45	01:15
17 z 19 -	Przerwa	-	27-10-2026	14:45	15:00	00:15
18 z 19 Case study, analiza przykładowej kampanii, podsumowanie i przygotowanie do walidacji	Zajęcia	Jarosław Marciński	27-10-2026	15:00	15:30	00:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
19 z 19 -	Walidacja	Jarosław Marciński	27-10-2026	15:30	16:00	00:30

Podsumowanie

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

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	3 520,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT	
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	3 520,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	220,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	220,00 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	16:00

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Jarosław Marciński

Jarosław Marciński – trener i praktyk z wieloletnim doświadczeniem w prowadzeniu szkoleń z zakresu sztucznej inteligencji, Big Data, kompetencji cyfrowych, marketingu i zarządzania. Specjalizuje się w praktycznym wykorzystaniu AI i analizie danych w przedsiębiorstwach, w szczególności w automatyzacji procesów biznesowych, analizie zachowań klientów, marketingu, sprzedaży, obsłudze klienta, social media oraz tworzeniu modeli predykcyjnych wspierających decyzje biznesowe. Posiada certyfikat nauczyciela oraz certyfikaty ECDL na poziomie podstawowym i zaawansowanym. Posiada również wiedzę z zakresu etyki AI, ochrony danych i bezpieczeństwa informacji.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymują zestaw materiałów szkoleniowych w formie elektronicznej (PDF), obejmujących:

- program szkolenia z podziałem na moduły i cele edukacyjne,
- materiały wspierające samodzielną pracę uczestnika po szkoleniu

Materiały są dostosowane do poziomu uczestników i wspierają ich dalszy rozwój po zakończeniu kursu.

Warunki uczestnictwa

Osoby biorące udział w szkoleniu muszą być zarejestrowane w Bazie Usług Rozwojowych.

W przypadku występowania szczególnych potrzeb związanych z zapewnieniem dostępności do usługi rozwojowej zapraszamy do kontaktu.

Informacje dodatkowe

1. W przypadku chęci realizacji usługi w innej formie (szkolenie stacjonarne, szkolenie mieszane: stacjonarne i zdalne w czasie rzeczywistym, szkolenie zamknięte) lub w innym terminie – zapraszamy do kontaktu w celu omówienia możliwych opcji realizacji szkolenia.
2. Po zakończonym szkoleniu uczestnik otrzymuje zaświadczenie o ukończeniu szkolenia.
3. Usługa szkoleniowa (nie dotyczy doradztwa) jest zwolniona z podatku VAT w przypadku, kiedy przedsiębiorstwo zwolnione jest z podatku VAT lub dofinansowanie wynosi co najmniej 70%.
4. Metoda walidacji: test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie. Wynik zaliczający: minimum 70% poprawnych odpowiedzi. Wynik jest obliczany i prezentowany uczestnikowi automatycznie przez system po zakończeniu testu.
5. Zasada rozliczania czasu: 1 godzina usługi = 60 minut zegarowych. Łączny czas usługi wynosi 16 godzin zegarowych. Każdy dzień trwa 8 godzin (08:00–16:00) i obejmuje 75 minut przerw. Przerwy są ujęte w harmonogramie i wliczone w czas usługi.

Warunki techniczne

Szkolenie realizowane za pomocą platformy livewebinar.com. Wymagania techniczne sprzętu: procesor 2-rdzeniowy 2 GHz; 2 GB pamięci RAM; system operacyjny Windows 8 lub nowszy, MAC OS wersja 10.13; przeglądarka internetowa Google Chrome, Mozilla Firefox lub Safari; stałe łącze internetowe o prędkości 1,5 Mbps. Link dostępowy przesyłany uczestnikom na minimum dwa dni przed rozpoczęciem szkolenia. Ważność linku obejmuje czas usługi.

Narzędzia wymagane:

komputer,

konto Google lub aktywna poczta e-mail umożliwiająca logowanie się do różnych narzędzi.

Kontakt



WIOLETTA LISMAN

E-mail wioletta.lisman@naturality.com.pl

Telefon (+48) 696 297 926