



OŚRODEK
DORADZTWA I
ROZWOJU SPÓŁKA
Z OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚĆ
CIĄ

★★★★★ 4,7 / 5

1 904 oceny

Coaching indywidualny z adaptacji do nowych technologii, automatyzacji i AI w ramach projektu „Strategie wzrostu poprzez rozwój kompetencji – wsparcie rozwoju kwalifikacji i kompetencji sektora Handel z e-commerce”

Numer usługi 2026/09/10/134188/3801646

📍 Warszawa

🏠 Coaching

📄 stacjonarna

👤 Zajęcia indywidualne

🕒 06:00 h

📅 24.09.2026 do 20.10.2026

1 845,00 PLN brutto

1 500,00 PLN netto

307,50 PLN brutto/h

250,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Informatyka i telekomunikacja / Aplikacje biznesowe
Grupa docelowa usługi	Grupa osób specjalistów e-commerce oraz marketingu internetowego, pracowników działów sprzedaży i marketingu w przedsiębiorstwach prowadzących sprzedaż online, właścicieli sklepów internetowych oraz menedżerów odpowiedzialnych za rozwój sprzedaży w kanałach cyfrowych, osób prowadzących działalność gospodarczą w obszarze handlu elektronicznego, pozostałych osób zatrudnionych w sektorze zainteresowanych rozwijaniem kompetencji w zakresie wykorzystania nowych technologii, automatyzacji oraz narzędzi AI w e-commerce.
Minimalna liczba uczestników	1
Maksymalna liczba uczestników	1
Data zakończenia rekrutacji	23-09-2026
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 doradczych

Cel

Cel edukacyjny

Celem programu jest przygotowanie indywidualnych kompetencji do skutecznego i samodzielnego identyfikowania, wdrażania i wykorzystywania nowych technologii, rozwiązań automatyzujących procesy oraz narzędzi opartych na sztucznej inteligencji w e-commerce w celu zwiększania efektywności procesów sprzedażowych, marketingowych i obsługowych oraz dostosowania działalności do zmian technologicznych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Charakteryzuje aktualne trendy technologiczne wpływające na rozwój e-commerce.	A. Wymienia aktualne trendy technologiczne wykorzystywane w handlu elektronicznym.	Test teoretyczny
	B. Opisuje wpływ wybranych technologii na sposób prowadzenia sprzedaży internetowej.	Test teoretyczny
	C. Wyjaśnia znaczenie rozwoju technologii dla zmian w modelach biznesowych e-commerce.	Test teoretyczny
Wyjaśnia zasady automatyzacji procesów sprzedażowych, marketingowych i obsługowych w handlu online.	A. Wymienia procesy sprzedażowe, marketingowe i obsługowe podlegające automatyzacji w e-commerce.	Test teoretyczny
	B. Opisuje mechanizmy automatyzacji wykorzystywane w systemach sprzedaży internetowej.	Test teoretyczny
	C. Wyjaśnia znaczenie automatyzacji procesów dla efektywności działania przedsiębiorstwa.	Test teoretyczny
Opisuje obszary zastosowania narzędzi opartych na sztucznej inteligencji w e-commerce.	A. Wymienia przykłady zastosowania sztucznej inteligencji w handlu elektronicznym.	Test teoretyczny
	A. Wymienia przykłady zastosowania sztucznej inteligencji w handlu elektronicznym.	Test teoretyczny
	C. Wyjaśnia znaczenie wykorzystania AI w personalizacji oferty i optymalizacji procesów e-commerce.	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Charakteryzuje korzyści i ograniczenia wynikające z wdrażania nowych technologii w handlu elektronicznym.	A. Wymienia korzyści wynikające z wdrażania nowych technologii w e-commerce.	Test teoretyczny
	B. Opisuje ograniczenia i wyzwania związane z wdrażaniem nowych technologii.	Test teoretyczny
	C. Wyjaśnia znaczenie oceny korzyści i ryzyk technologicznych dla rozwoju przedsiębiorstwa.	Test teoretyczny
Identyfikuje ryzyka organizacyjne i operacyjne związane z wdrażaniem automatyzacji i AI.	A. Wymienia ryzyka organizacyjne i operacyjne związane z wdrażaniem automatyzacji i AI.	Test teoretyczny
	B. Opisuje wpływ wdrażania nowych technologii na organizację pracy i strukturę procesów biznesowych.	Test teoretyczny
	C. Wyjaśnia znaczenie zarządzania ryzykiem w procesie wdrażania technologii cyfrowych.	Test teoretyczny
Wyjaśnia znaczenie kompetencji cyfrowych w procesie adaptacji do zmian technologicznych.	A. Wymienia kompetencje cyfrowe niezbędne w pracy w środowisku e-commerce.	Test teoretyczny
	B. Opisuje wpływ kompetencji cyfrowych na zdolność adaptacji do zmian technologicznych.	Test teoretyczny
	C. Wyjaśnia znaczenie rozwijania kompetencji cyfrowych w organizacji.	Test teoretyczny
	A. Analizuje informacje dotyczące nowych technologii wykorzystywanych w e-commerce.	Test teoretyczny
	B. Identyfikuje obszary działalności przedsiębiorstwa, na które mogą wpływać zmiany technologiczne.	Test teoretyczny
	C. Formułuje wnioski dotyczące wpływu zmian technologicznych na procesy sprzedaży i obsługi klienta.	Test teoretyczny
Monitoruje zmiany technologiczne i ocenia ich wpływ na procesy e-commerce.		

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Wykorzystuje narzędzia oparte na sztucznej inteligencji do usprawniania działań e-commerce.	A. Analizuje możliwości zastosowania narzędzi opartych na sztucznej inteligencji w e-commerce.	Test teoretyczny
	B. Dobiera narzędzia AI wspierające działania sprzedażowe, marketingowe lub obsługowe.	Test teoretyczny
	C. Wykorzystuje narzędzia AI do usprawniania wybranych procesów e-commerce.	Test teoretyczny
Dostosowuje sposób pracy do zmieniających się narzędzi i rozwiązań technologicznych.	A. Analizuje zmiany w narzędziach i systemach wykorzystywanych w e-commerce.	Test teoretyczny
	B. Modyfikuje sposób realizacji zadań w odpowiedzi na zmiany technologiczne.	Test teoretyczny
	C. Wskazuje działania umożliwiające efektywne wykorzystanie nowych narzędzi w pracy.	Test teoretyczny
Ocenia efektywność wdrożonych rozwiązań technologicznych i automatyzacyjnych.	A. Analizuje dane dotyczące funkcjonowania wdrożonych rozwiązań technologicznych.	Test teoretyczny
	B. Identyfikuje wskaźniki efektywności związane z działaniem nowych technologii.	Test teoretyczny
	C. Formułuje wnioski dotyczące skuteczności wdrożonych rozwiązań.	Test teoretyczny
Wskazuje możliwości wykorzystania nowych technologii w usprawnianiu procesów sprzedażowych i marketingowych.	A. Wskazuje przykłady nowych technologii wykorzystywanych w e-commerce (np. automatyzacja marketingu, narzędzia AI, systemy rekomendacji produktów).	Test teoretyczny
	B. Wyjaśnia, w jaki sposób zastosowanie nowych technologii może usprawnić procesy sprzedażowe lub marketingowe.	Test teoretyczny
	C. Wskazuje obszary działalności e-commerce, w których wdrożenie nowych technologii może zwiększyć efektywność działań.	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Wykazuje otwartość na zmiany technologiczne i innowacje.	A. Dostrzega znaczenie zmian technologicznych i innowacji dla rozwoju działalności e-commerce.	Test teoretyczny
	B. Wykazuje gotowość do poznawania i testowania nowych narzędzi oraz rozwiązań technologicznych.	Test teoretyczny
	C. Podejmuje działania sprzyjające wdrażaniu innowacyjnych rozwiązań w pracy zespołu.	Test teoretyczny
Podejmuje działania ukierunkowane na ciągłe doskonalenie kompetencji cyfrowych.	A. Dostrzega znaczenie rozwijania kompetencji cyfrowych w pracy w środowisku e-commerce.	Test teoretyczny
	B. Wykazuje gotowość do poznawania nowych narzędzi i metod pracy cyfrowej. C. Podejmuje działania sprzyjające rozwijaniu własnych kompetencji cyfrowych.	Test teoretyczny Test teoretyczny
Ponosi odpowiedzialność za świadome i bezpieczne wykorzystywanie nowych technologii.	A. Uwzględnia znaczenie odpowiedzialnego wykorzystywania technologii cyfrowych w działalności przedsiębiorstwa.	Test teoretyczny
	B. Wykazuje gotowość do stosowania zasad bezpieczeństwa i odpowiedzialnego korzystania z narzędzi technologicznych.	Test teoretyczny
	C. Podejmuje działania sprzyjające bezpiecznemu i świadomemu wykorzystywaniu technologii w pracy.	Test teoretyczny
Rozumie potrzebę adaptacji organizacji do dynamicznie zmieniającego się środowiska cyfrowego.	A. Dostrzega znaczenie adaptacji organizacji do zmian technologicznych i rynkowych.	Test teoretyczny
	B. Wykazuje gotowość do wspierania działań sprzyjających adaptacji przedsiębiorstwa do zmian.	Test teoretyczny
	C. Podejmuje działania sprzyjające dostosowywaniu sposobów pracy do zmieniającego się środowiska cyfrowego.	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Wykazuje gotowość do eksperymentowania z nowymi rozwiązaniami technologicznymi w działalności e-commerce.	A. Wyjaśnia znaczenie testowania nowych rozwiązań technologicznych w rozwoju działalności e-commerce.	Test teoretyczny
	B. Wskazuje przykłady sytuacji, w których zastosowanie nowych technologii może usprawnić procesy sprzedażowe lub marketingowe.	Test teoretyczny
	C. Opisuje sposób podejmowania działań eksperymentalnych w zakresie wdrażania nowych technologii z uwzględnieniem ich potencjalnych korzyści i ryzyk.	Test teoretyczny
Wspiera wprowadzanie innowacji technologicznych w organizacji.	A. Wyjaśnia znaczenie wprowadzania innowacji technologicznych dla rozwoju działalności e-commerce.	Test teoretyczny
	B. Wskazuje przykłady działań wspierających wdrażanie nowych technologii w przedsiębiorstwach e-commerce.	Test teoretyczny
	C. Opisuje sposób współpracy z zespołem przy wprowadzaniu zmian technologicznych w procesach sprzedażowych lub marketingowych.	Test teoretyczny

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

Sesja 1. Nowe technologie i AI w e-commerce

- Coachingowa diagnoza aktualnej sytuacji uczestnika w zakresie wykorzystywania nowych technologii i AI w e-commerce.
- Refleksja uczestnika nad aktualnymi trendami technologicznymi oraz ich potencjalnym wpływem na sprzedaż, marketing i obsługę klienta.
- Identyfikowanie przez uczestnika własnych obszarów działalności, w których nowe technologie mogą zwiększyć efektywność pracy i procesów biznesowych.
- Coachingowe przepracowanie możliwości zastosowania sztucznej inteligencji, automatyzacji oraz systemów rekomendacji w codziennej pracy uczestnika.
- Samodzielna ocena przez uczestnika własnego poziomu kompetencji cyfrowych oraz identyfikowanie obszarów wymagających dalszego rozwoju.
- Określenie przez uczestnika priorytetowych obszarów wykorzystania nowych technologii oraz pierwszych działań do przetestowania w praktyce.

Sesja 2. Automatyzacja procesów sprzedażowych, marketingowych i obsługowych

- Coachingowa analiza sposobu organizacji pracy uczestnika oraz identyfikowanie powtarzalnych procesów i zadań możliwych do objęcia automatyzacją.
- Refleksja uczestnika nad możliwościami automatyzacji działań sprzedażowych, marketingowych i związanych z obsługą klienta.
- Samodzielne określanie przez uczestnika potrzeb, problemów i celów biznesowych, które mogą zostać wsparte rozwiązaniami technologicznymi.
- Coachingowe wspieranie uczestnika w podejmowaniu decyzji dotyczących doboru rozwiązań technologicznych do konkretnych procesów i potrzeb.
- Identyfikowanie przez uczestnika potencjalnych korzyści, ograniczeń i barier związanych z automatyzacją.
- Samodzielne wypracowanie przez uczestnika propozycji usprawnień sposobu pracy z wykorzystaniem automatyzacji oraz określenie działań do praktycznego przetestowania.

Sesja 3. Praktyczne wykorzystanie sztucznej inteligencji

- Coachingowa praca nad identyfikowaniem przez uczestnika zadań, w których wykorzystanie AI może przynieść największą wartość w jego pracy zawodowej.
- Samodzielny dobór przez uczestnika narzędzi AI wspierających sprzedaż, marketing, personalizację oferty i obsługę klienta.
- Praktyczne eksperymentowanie uczestnika z wykorzystaniem AI do realizacji konkretnych zadań i usprawniania procesów e-commerce.
- Refleksja nad możliwościami wykorzystania AI w tworzeniu treści, analizie informacji, komunikacji i podejmowaniu decyzji.
- Coachingowe przepracowanie doświadczeń uczestnika związanych z wykorzystaniem narzędzi AI oraz identyfikowanie możliwości ich dalszego zastosowania.
- Samodzielne wypracowanie przez uczestnika zasad i sposobów bezpiecznego, świadomego i odpowiedzialnego korzystania z AI w pracy.

Sesja 4. Wdrażanie technologii, zarządzanie zmianą i ocena efektów

- Coachingowa analiza gotowości uczestnika i jego organizacji do wdrażania AI, automatyzacji i nowych technologii.
- Refleksja uczestnika nad korzyściami, ograniczeniami oraz ryzykami organizacyjnymi i operacyjnymi związanymi z wdrażaniem nowych rozwiązań.
- Samodzielne określanie przez uczestnika kolejności i sposobu wdrażania nowych narzędzi oraz dostosowania sposobu pracy do zmian technologicznych.
- Coachingowe przepracowanie barier związanych ze zmianą oraz sposobów budowania gotowości do testowania nowych rozwiązań.
- Identyfikowanie przez uczestnika wskaźników umożliwiających ocenę efektywności wdrożonych technologii i automatyzacji.
- Samodzielne wypracowanie przez uczestnika sposobu monitorowania efektów oraz dalszego rozwijania kompetencji cyfrowych.

Sesja 5. Test, symulacje i wnioski końcowe

- Coachingowa praca na rzeczywistych wyzwaniach uczestnika oraz symulacje zastosowania AI, automatyzacji i nowych technologii w wybranych procesach sprzedażowych, marketingowych i usługowych.
- Samodzielne podejmowanie przez uczestnika decyzji dotyczących wyboru narzędzi i sposobu ich zastosowania w określonych sytuacjach zawodowych.
- Indywidualny feedback dotyczący sposobu doboru narzędzi, ich praktycznego wykorzystania oraz oceny potencjalnych korzyści i ryzyk.
- Coachingowa refleksja uczestnika nad zmianą własnych kompetencji, sposobem podejmowania decyzji oraz gotowością do adaptacji do zmian technologicznych.
- Podsumowanie efektów cyklu coachingowego i kompetencji rozwiniętych w zakresie adaptacji do nowych technologii, automatyzacji i AI.
- Samodzielne określenie przez uczestnika priorytetów dalszego rozwoju kompetencji cyfrowych i obszarów wymagających dalszego wsparcia.

Sesja 6. Sesja praktyczna – wdrożenie i eksperymentowanie z nowymi technologiami

- Praca coachingowa na rzeczywistym procesie, zadaniu lub wyzwaniu zawodowym uczestnika, w którym możliwe jest zastosowanie AI, automatyzacji lub innych nowych technologii.
- Samodzielne zidentyfikowanie przez uczestnika problemu, który chce rozwiązać lub procesu, który chce usprawnić przy wykorzystaniu wybranego rozwiązania technologicznego.
- Praktyczne zastosowanie przez uczestnika wybranego narzędzia AI, rozwiązania automatyzacyjnego lub technologicznego w odniesieniu do konkretnego zadania e-commerce.
- Eksperymentowanie, testowanie i porównywanie przez uczestnika możliwych sposobów wykorzystania nowych technologii.
- Coachingowa analiza rezultatów przeprowadzonego eksperymentu oraz refleksja nad jego skutecznością, użytecznością, ograniczeniami i ryzykami.
- Identyfikowanie przez uczestnika możliwości dalszego zastosowania przetestowanego rozwiązania oraz obszarów wymagających optymalizacji.
- Indywidualna informacja zwrotna i podsumowanie rozwoju kompetencji cyfrowych uczestnika.
- Samodzielne opracowanie przez uczestnika indywidualnego planu dalszego wdrażania AI, automatyzacji i nowych technologii w praktyce zawodowej.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 7

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 7 Sesja 1. Nowe technologie i AI w e-commerce	Zajęcia	Damian Żłobicki	24-09-2026	09:00	10:00	01:00
2 z 7 Sesja 2. Automatyzacja procesów sprzedażowych, marketingowych i usługowych	Zajęcia	Damian Żłobicki	29-09-2026	09:00	10:00	01:00

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
3 z 7 Sesja 3. Praktyczne wykorzystanie sztucznej inteligencji	Zajęcia	Damian Żłobicki	05-10-2026	09:00	10:00	01:00
4 z 7 Sesja 4. Wdrażanie technologii, zarządzanie zmianą i ocena efektów	Zajęcia	Damian Żłobicki	13-10-2026	09:00	10:00	01:00
5 z 7 5. Test, symulacje i wnioski końcowe	Zajęcia	Damian Żłobicki	19-10-2026	09:00	10:00	01:00
6 z 7 6. Sesja praktyczna – wdrożenie i eksperymentowanie z nowymi technologiami	Zajęcia	Damian Żłobicki	20-10-2026	09:00	09:45	00:45
7 z 7 -	Walidacja	-	20-10-2026	09:45	10:00	00:15

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	06:00
w tym suma godzin zajęć	05:45
w tym suma godzin walidacji	00:15
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	08:00

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, 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	1 845,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 500,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	307,50 PLN
Koszt osobogodziny netto	250,00 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	06:00

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Damian Żłobicki

Trener biznesu i andragog z 10-letnim doświadczeniem oraz ponad 3000 godzin przeprowadzonych szkoleń. Posiada ponad 120 godzin doświadczenia w prowadzeniu usług rozwojowych o podobnej tematyce w ostatnich 5 latach. Specjalizuje się w obszarze sztucznej inteligencji, automatyzacji, kompetencji cyfrowych, dostępności cyfrowej oraz wykorzystania nowych technologii w organizacjach. Jest CEO firmy Włącz Wizję. Wspiera firmy i instytucje w transformacji cyfrowej, wdrażaniu narzędzi AI oraz dostosowywaniu procesów pracy do nowych technologii. Prowadzi działania rozwojowe dotyczące praktycznego wykorzystania sztucznej inteligencji, automatyzacji procesów oraz rozwijania kompetencji niezbędnych do funkcjonowania w dynamicznie zmieniającym się środowisku cyfrowym. Jako lider dostępności cyfrowej prowadzi audyty stron internetowych i aplikacji mobilnych oraz wspiera organizacje w projektowaniu rozwiązań zgodnych z zasadami dostępności cyfrowej, inkluzywności i dobrego doświadczenia użytkownika (UX). Doświadczenie to wykorzystuje również w obszarach związanych z rozwojem usług cyfrowych i e-commerce, w których dostępność, UX, automatyzacja i AI wpływają na jakość obsługi oraz doświadczenie klienta. Realizował projekty m.in. „Szkoła Dostępności Cyfrowej”, „Sieć dostępności cyfrowej”, „Lekcja: Enter”, „Latarnicy2020” i „Latarnicy w Akcji”. Szkolił i doradzał m.in. dla KPRM, ZUS, NCBR, Ministerstwa Zdrowia, Fundacji Orange, Uniwersytetu Warszawskiego, Uniwersytetu SWPS, SGGW oraz Startup Academy.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały dydaktyczne obejmują studia przypadków dotyczące wdrażania technologii cyfrowych oraz przykłady zastosowania narzędzi AI w handlu elektronicznym.

Warunki uczestnictwa

Uczestnicy usługi powinni posiadać podstawową znajomość korzystania z narzędzi cyfrowych oraz Internetu. Wskazane jest doświadczenie zawodowe w obszarze sprzedaży, marketingu lub e-commerce. Uczestnicy powinni wykazywać motywację do rozwijania kompetencji w zakresie wykorzystywania nowych technologii oraz adaptacji do zmian w środowisku cyfrowym.

Informacje dodatkowe

Usługa składa się z 20% teorii i 80% warsztatów, z wykorzystaniem metod aktywizujących uczestników tj. wykład interaktywny, analiza studiów przypadków (case study), ćwiczenia praktyczne indywidualne lub zespołowe, symulacje działań marketingowych i sprzedażowych, analiza danych marketingowych i sprzedażowych, dyskusja moderowana oraz burza mózgów, instruktaż i demonstracja narzędzi marketingu cyfrowego, quizy i testy wiedzy.

Adres

Warszawa

Warszawa

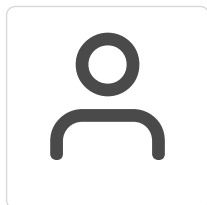
woj. mazowieckie

W siedzibie firmy

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Agata Rozenek

E-mail agata.rozenke@odir.com.pl

Telefon (+48) 733 000 961