



Creative Brand
Mateusz Wrzesiński

★★★★★ 5,0 / 5

15 ocen

Tworzenie podstaw strategii marki i komunikacji w social mediach z wykorzystaniem ChatGPT i Canva (Facebook i Instagram).

Numer usługi 2026/04/28/192199/3519785

📍 Usługa szkoleniowa
📄 zdalna w czasie rzeczywistym
🕒 18:00 h
📅 14.07.2026 do 28.07.2026

4 428,00 PLN brutto
3 600,00 PLN netto
246,00 PLN brutto/h
200,00 PLN netto/h
250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Szkolenie ma charakter wdrożeniowy i jest skierowane do osób, które prowadzą lub planują prowadzenie działań marki w mediach społecznościowych na poziomie podstawowym.

Grupę docelową stanowią w szczególności:

- właściciele mikro i małych firm,
- osoby odpowiedzialne za działania marketingowe (w tym na Facebooku i Instagramie),
- początkujący specjaliści ds. marketingu i social media,
- przedsiębiorcy oraz członkowie zespołów MŚP i firm rodzinnych.

Usługa jest przeznaczona dla osób, które działają intuicyjnie, bez uporządkowanej strategii, i chcą przełożyć swoje pomysły oraz dotychczasowe działania na spójny, logiczny i możliwy do wdrożenia system komunikacji.

Szkolenie wspiera również osoby korzystające z narzędzi takich jak ChatGPT i Canva, które chcą wykorzystywać je w sposób bardziej świadomy i uporządkowany w codziennej pracy.

Minimalna liczba uczestników

1

Maksymalna liczba uczestników

12

Data zakończenia rekrutacji

09-07-2026

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

Liczba godzin usługi

18

Cel

Cel edukacyjny

Celem szkolenia jest przygotowanie uczestników do samodzielnego opracowania podstaw strategii marki oraz strategii komunikacji w mediach społecznościowych (Facebook, Instagram) z wykorzystaniem narzędzi ChatGPT i Canva. Uczestnicy nabędą umiejętność projektowania spójnej komunikacji marki, tworzenia treści i materiałów wizualnych oraz planowania działań możliwych do wdrożenia w codziennej pracy.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik opisuje podstawowe elementy strategii marki i wyjaśnia ich wpływ na komunikację w social mediach.	Uczestnik wyjaśnia, czym jest marka i wskazuje jej kluczowe elementy na poziomie podstawowym.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uczestnik wskazuje, dlaczego działania w social mediach bez podstaw marki prowadzą do chaosu, niespójności i niskiej jakości komunikacji.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uczestnik rozróżnia działania polegające na „wrzucaniu postów” od świadomego budowania obecności marki.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik oporacowuje prosty opis marki (czym się zajmuje, co oferuje, jaki problem rozwiązuje) na podstawie własnego lub zadanego przykładu.	Uczestnik oporacowuje prosty opis marki (czym się zajmuje, co oferuje, jaki problem rozwiązuje) na podstawie własnego lub zadanego przykładu.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uczestnik wskazuje wyróżniki marki i odróżnia je od ogólnikowych haseł.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uczestnik wskazuje grupę docelową i podstawowe potrzeby odbiorców.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uczestnik wykorzystuje ChatGPT do uporządkowania informacji o marce i przygotowania prostego szkicu fundamentu marki.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik potrafi z pomocą ChatGPT określić charakter marki, jej wyróżniki, grupę docelową i wstępny kierunek komunikacji.	Uczestnik potrafi z pomocą ChatGPT określić charakter marki, jej wyróżniki, grupę docelową i wstępny kierunek komunikacji.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik jest gotów podejmować bardziej świadome decyzje dotyczące rozwoju i prezentacji swojej marki w mediach społecznościowych.	Uczestnik uzasadnia w krótkim opisie przypadku wybrane działania komunikacyjne dla marki (co i dlaczego warto publikować).	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uczestnik wskazuje działania komunikacyjne, które uznaje za spójne z charakterem marki.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uczestnik identyfikuje najczęstsze błędy w treściach publikowanych przez marki na Facebooku i Instagramie.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uczestnik rozróżnia strategię marki i strategię komunikacji.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik wyjaśnia, w jaki sposób strategia marki wpływa na planowanie komunikacji w mediach społecznościowych.	Uczestnik wskazuje podstawowe cele komunikacyjne marki w social mediach.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uczestnik rozróżnia treści wizerunkowe, edukacyjne, sprzedażowe i angażujące.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uczestnik opisuje zasady planowania komunikacji na 2–4 tygodnie.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik potrafi przygotować z wykorzystaniem ChatGPT i Canva podstawowy zestaw treści i materiałów wizualnych do komunikacji marki na Facebooku i Instagramie.	Uczestnik tworzy zestaw filarów treści dla własnej lub przykładowej marki.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uczestnik przygotowuje z pomocą ChatGPT roboczy pakiet treści (np. opisy postów, propozycje serii publikacji).	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uczestnik tworzy w Canva proste grafiki lub szablony do postów/karuzel zgodne z założeniami marki.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uczestnik dostosowuje treści i materiały wizualne do specyfiki Facebooka i Instagrama.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik potrafi opracować prosty plan komunikacji marki na Facebooku i Instagramie i jest gotów wdrażać go w sposób systematyczny, uporządkowany i spójny.	Uczestnik opracowuje prosty kalendarz publikacji na wybrany okres (np. 2–4 tygodnie).	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uczestnik określa priorytety publikacyjne i działania „na start”.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uczestnik przygotowuje listę działań wdrożeniowych do realizacji po szkoleniu.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uczestnik wskazuje sposoby utrzymania regularności działań bez nadmiernego przeciążenia.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji lub wyrażnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem zawierają opis efektów uczenia się?

TAK

Pytanie 2. Czy dokument lub wyrażnie 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 wyrażnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

Program

Usługa nie koncentruje się na zaawansowanych zagadnieniach analitycznych, reklamowych ani technicznych. Jej celem jest wyposażenie uczestnika w podstawy strategicznego myślenia o marce i komunikacji oraz nauczenie go prostego, codziennego korzystania z narzędzi ChatGPT i Canva w pracy nad obecnością marki w mediach społecznościowych.

DZIEŃ 1

Moduł 1. Marka jako punkt wyjścia – tworzenie prostych podstaw strategii z wykorzystaniem ChatGPT

Zakres tematyczny

- Dlaczego działania w social mediach bez podstaw marki prowadzą do chaosu, niespójności i niskiej jakości komunikacji.
- Różnica między „wrzucaniem postów” a świadomym budowaniem obecności marki.
- Czym jest marka w praktyce i jakie elementy są kluczowe na poziomie podstawowym.
- Jak opisać markę prostym językiem: czym się zajmuje, co oferuje, jaki problem rozwiązuje.
- Jak określić wyróżniki marki i odróżnić je od ogólnikowych haseł.
- Jak z pomocą ChatGPT uporządkować informacje o marce i stworzyć pierwszy szkic strategii.
- Jak określić grupę docelową: kto jest odbiorcą marki, czego potrzebuje, czego szuka i jak podejmuje decyzje.
- Jak określić podstawowy ton komunikacji i kierunek wizerunkowy marki.
- Ćwiczenie praktyczne: opracowanie roboczego opisu marki, jej wyróżników i grupy docelowej z użyciem ChatGPT.
- Ćwiczenie praktyczne: stworzenie prostego szkicu fundamentu marki jako bazy do dalszej pracy.

Moduł 2. Strategia komunikacji marki – jak przełożyć fundament marki na treści dla Facebooka i Instagrama

Zakres tematyczny

- Różnica między strategią marki a strategią komunikacji.
- Jak przełożyć założenia marki na komunikaty zrozumiałe dla odbiorcy.
- Jak określić cele komunikacyjne marki w social mediach.
- Jak zbudować filary komunikacji i filary treści.
- Jak rozróżniać treści wizerunkowe, edukacyjne, sprzedażowe i angażujące.
- Jak korzystać z ChatGPT przy tworzeniu pomysłów na posty, serie tematyczne i komunikaty marketingowe.
- Jak pisać prompty, które porządkują myślenie i wspierają tworzenie lepszych treści.
- Jak tworzyć komunikację prostą, spójną i dopasowaną do odbiorcy.
- Najczęstsze błędy w treściach publikowanych przez marki na FB i IG.
- Ćwiczenie praktyczne: stworzenie zestawu filarów treści dla własnej marki.
- Ćwiczenie praktyczne: opracowanie komunikatów marki i przykładowych tematów publikacji.

DZIEŃ 2

Moduł 3. ChatGPT w codziennej pracy marketingowej – tworzenie treści i porządkowanie działań

Zakres tematyczny

- Jak wykorzystywać ChatGPT w sposób praktyczny i świadomy.
- Jak formułować polecenia, które pomagają tworzyć wartościowe treści.
- Jak wykorzystać ChatGPT do przygotowania opisów postów, nagłówków, CTA i propozycji serii publikacji.
- Jak dopasować styl odpowiedzi narzędzia do charakteru marki.
- Jak poprawiać i rozwijać odpowiedzi wygenerowane przez AI.
- Jak tworzyć zestawy treści dla różnych celów komunikacyjnych.
- Jak wykorzystywać ChatGPT do planowania komunikacji tygodniowej i miesięcznej.
- Jak unikać sztucznego, generycznego i niespójnego języka w treściach generowanych przez AI.
- Ćwiczenie praktyczne: stworzenie zestawu promptów do własnej marki.
- Ćwiczenie praktyczne: opracowanie pakietu roboczych treści do publikacji na Facebooku i Instagramie.

Moduł 4. Canva w praktyce – jak stworzyć prosty i spójny wizerunek marki

Zakres tematyczny

- Dlaczego warstwa wizualna jest częścią strategii marki i komunikacji.
- Jak przełożyć charakter marki na estetykę materiałów.
- Podstawowe zasady spójności wizualnej: kolorystyka, fonty, układ, czytelność.
- Jak dobierać szablony Canva do celu komunikacyjnego i grupy odbiorców.
- Jak przygotować grafiki do postów, karuzel, prostych materiałów promocyjnych i edukacyjnych.
- Jak tworzyć proste szablony wielokrotnego użytku.
- Jak budować rozpoznawalność marki przez powtarzalność wizualną.
- Najczęstsze błędy wizualne w komunikacji marek na FB i IG.
- Ćwiczenie praktyczne: stworzenie własnych szablonów komunikacyjnych w Canva.
- Ćwiczenie praktyczne: przygotowanie materiałów wizualnych zgodnych z przyjętym kierunkiem marki.

DZIEŃ 3

Moduł 5. Plan komunikacji na Facebook i Instagram – od strategii do wdrożenia

Zakres tematyczny

- Jak połączyć strategię marki, treści i warstwę wizualną w jeden prosty system działania.

- Jak zaplanować komunikację na 2–4 tygodnie.
- Jak dobrać częstotliwość publikacji do realnych możliwości marki.
- Jak dopasować format treści do celu: post, karuzela, rolka, relacja, grafika informacyjna.
- Jak budować prosty kalendarz treści.
- Jak określić priorytety publikacyjne i działania „na start”.
- Jak przygotować plan działań możliwy do wdrożenia bezpośrednio po szkoleniu.
- Jak utrzymać regularność bez nadmiernego przeciążenia.
- Ćwiczenie praktyczne: opracowanie kalendarza publikacji dla własnej marki.
- Ćwiczenie praktyczne: przygotowanie listy działań wdrożeniowych do realizacji po szkoleniu.

Moduł 6. Walidacja efektów uczenia się

Walidacja efektów uczenia się zostanie przeprowadzona w formie testu z wynikiem generowanym automatycznie, przeprowadzony przez trenera Mateusza Wrzesińskiego.

Czas przeznaczony na walidację wynosi **45 minut**.

Metody pracy

Prezentacje trenerskie, omówienie przykładów, dyskusja moderowana, pytania i odpowiedzi, ćwiczenia refleksyjne indywidualne.

Szkolenie ma charakter praktyczny.

Uczestnicy pracują na własnych markach, własnych kanałach komunikacyjnych lub na przygotowanych przykładach roboczych.

Prezentacje trenerskie, omówienie przykładów, dyskusja moderowana, pytania i odpowiedzi, ćwiczenia refleksyjne indywidualne.

Szkolenie odbywa się w godzinach zegarowych(1 godzina = 60 minut).

Liczba godzin usługi jest liczona w godzinach zegarowych i obejmuje proces kształcenia, walidację oraz przerwy. W trakcie szkolenia przewidziane są przerwy, które stanowią integralną część usługi rozwojowej.

Łącznie: **18 godzin zegarowych**, w tym: 7 godzin zajęć teoretycznych, 8 godzin i 45 minut zajęć praktycznych, 45 minut walidacji, 90 minut przerw. Przerwy są wliczone w czas trwania usługi.

Podczas szkolenia przewidywane są drobne przerwy fizjologiczne zależne od potrzeb i dynamiki grupy.

Uczestnik może korzystać ze zwolnienia z VAT, jeżeli usługa jest finansowana w co najmniej 70% ze środków publicznych (np. KFS, dofinansowanie w ramach BUR). Na fakturze zostanie zamieszczona adnotacja:

„Zwolnienie z 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 (Dz.U. z 2020 r. poz. 1983)”.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 0

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
Brak wyników.					

Cennik

Jeżeli korzystasz z dofinansowania w wysokości co najmniej 70% przysługuje Tobie zwolnienie z podatku VAT

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	4 428,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	3 600,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	246,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	200,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

MATEUSZ WRZESIŃSKI

Mateusz Wrzesiński to ekspert marketingu i transformacji cyfrowej z blisko 20-letnim doświadczeniem w pracy z menedżerami, zespołami oraz właścicielami firm. W swojej pracy łączy strategiczne myślenie z praktycznym podejściem operacyjnym, dzięki czemu wspiera organizacje w skutecznym wdrażaniu marketingu, technologii oraz nowoczesnych narzędzi cyfrowych. Specjalizuje się w obszarach marketingu strategicznego, e-commerce oraz wykorzystania sztucznej inteligencji w biznesie. Wspiera firmy w budowaniu skutecznych strategii marketingowych, analizie potrzeb klientów, projektowaniu procesów sprzedażowych oraz wdrażaniu narzędzi cyfrowych i automatyzacji, które zwiększają efektywność działań biznesowych. Posiada wieloletnie doświadczenie w pracy z menedżerami i zespołami, dzięki czemu doskonale rozumie wyzwania związane z wdrażaniem nowych narzędzi i technologii w organizacjach. Podczas szkoleń koncentruje się na praktycznych zastosowaniach wiedzy - pokazuje, jak wykorzystać marketing, dane oraz narzędzia AI w codziennej pracy, aby podejmować lepsze decyzje biznesowe i zwiększać konkurencyjność firmy. Jego szkolenia wyróżnia praktyczne podejście oraz koncentracja na narzędziach, które uczestnicy mogą wykorzystać od razu w swojej pracy. Zamiast teorii koncentruje się na realnych przykładach, studiach przypadków oraz ćwiczeniach opartych na rzeczywistych wyzwaniach biznesowych.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Każdy uczestnik po zakończeniu szkolenia otrzymuje następujące materiały / pomoce szkoleniowe:

- a) opracowane materiały edukacyjne - skrypt szkoleniowy w wersji elektronicznej,
- b) prezentację wykorzystywaną podczas szkolenia,
- c) wybrane pomoce dydaktyczne, takie jak: literatura branżowa, raporty branżowe.

Wszystkie materiały szkoleniowe udostępnione uczestnikom są chronione prawem autorskim i przeznaczone wyłącznie do ich własnego użytku

Warunki uczestnictwa

Wymagania formalne:

- pełnoletność,
- ukończona szkoła średnia.

Wymagania merytoryczne:

- podstawowa umiejętność obsługi komputera i korzystania z Internetu,
- gotowość do pracy na własnej marce, ofercie lub przykładzie biznesowym (jeśli uczestnik ją posiada)

Wymagania organizacyjne:

- obowiązek obecności na co najmniej 80% godzin dydaktycznych usługi,
- aktywny udział w zajęciach, w szczególności w częściach warsztatowych(włączona kamera i mikrofon),
- niespełnienie warunku obecności może skutkować brakiem zaświadczenia ukończenia szkolenia.

Warunki techniczne

Szkolenie odbywa się poprzez aplikację: **ClickMeeting**.

Wymagania techniczne:

- Procesor 2-rdzeniowy 2GHz lub lepszy (zalecany 4-rdzeniowy);
 - 2GB pamięci RAM (zalecane 4GB)
 - System operacyjny Windows 8 (zalecany Windows 10), Mac OS wersja 10.13 (zalecana najnowsza wersja)
 - Aktualna przeglądarka internetowa: zalecany Google Chrome, dopuszczalne Mozilla Firefox lub Safari (w najnowszej wersji)
 - Stałe i stabilne łącze internetowe o prędkości 1,5 Mbps (zalecane 2,5 Mbps z obrazem w jakości HD)
 - kamera, mikrofon oraz głośniki lub słuchawki - wbudowane lub zewnętrzne
- konto lub dostęp do ChatGPT w zakresie umożliwiającym wykonywanie ćwiczeń,
 - konto lub dostęp do Canva w zakresie umożliwiającym wykonywanie ćwiczeń.

Rekomendujemy korzystanie z komputera/laptopa oraz słuchawek z mikrofonem, co poprawia komfort pracy i jakość dźwięku.

Kontakt



KAROLINA NAWROT

E-mail karolina.nawrot@creativebrand.pl

Telefon (+48) 511 509 703