SOCIAL MEDIA AI. Kurs (szkolenie) dla social media managera

19.11.2026-20.11.2026 - Warszawa

O SZKOLENIU:

Social Media AI. Kurs dla social media managera - szkolenie, które uczy, jak wykorzystać AI w pracy - nie tylko do tworzenia treści, ale do realnego wpływu na wyniki.
Masz AI. Tworzysz content. A mimo to w social mediach wciąż działasz na wyczucie?
W ciągu dwóch dni pokażemy Ci, jak zamienić AI z generatora treści w system pracy, który wspiera strategię, planowanie, tworzenie i optymalizację działań.
Zbudujesz workflow, który porządkuje chaos, przyspiesza pracę i daje większą kontrolę nad tym, co publikujesz i co działa.
Efekt - mniej przypadkowych działań, więcej decyzji opartych na danych i wyraźnie lepsze wyniki.
Komu polecamy kurs Social Media AI
Social Media AI. Kurs dla social media managera jest dedykowany osobom, które odpowiadają za wyniki działań w social mediach i chcą wykorzystać AI jako realne narzędzie pracy - nie tylko do generowania treści, ale do budowania spójnego, efektywnego systemu działania.
Program szczególnie dobrze odpowiada na potrzeby:

social media managerów i marketerów, którzy chcą przyspieszyć i uporządkować swoją pracę,
osób odpowiedzialnych za komunikację marki, które potrzebują większej spójności i przewidywalności działań,
właścicieli firm i freelancerów, którzy samodzielnie prowadzą social media i chcą skalować efekty bez zwiększania czasu pracy,
specjalistów digital, PR i content marketingu, którzy chcą przełożyć AI na konkretne działania: kampanie, content i wyniki

To szkolenie jest szczególnie wartościowe dla osób, które korzystają już z AI, ale chcą przejść z poziomu narzędzi do poziomu systemu pracy i realnego wpływu na wyniki.
Szkolenie Social Media AI poprowadzi
MARTYNA BUSZCZAK

Ekspertka digital marketingu i AI z blisko 12-letnim doświadczeniem w międzynarodowych strukturach Google i YouTube, gdzie odpowiadała za rozwój strategii marketingowych, planowanie kampanii digital oraz wdrożenia rozwiązań opartych o wideo i narzędzia Google Ads. Współpracowała m.in. z takimi markami jak PepsiCo, McDonald?s, Disney, Renault, Nivea, Coca-Cola czy Volkswagen, realizując projekty z zakresu strategii marketingowej, komunikacji oraz kampanii digital. Pełny profil Martyny Buszczak dostępny jest na stronie zespołu trenerskiego B&O NAVIGATOR Firma Szkoleniowa.

CELE SZKOLENIA:

Celem szkolenia jest pokazanie, jak wykorzystać AI do realnego przyspieszenia i uporządkowania pracy w social mediach - od strategii, przez tworzenie treści, aż po analizę i optymalizację działań.
Uczestnicy nauczą się, jak:

przełożyć cele biznesowe na spójną strategię komunikacji w social mediach wspieraną przez AI,
szybciej przygotowywać trafne pomysły i kalendarze publikacji na podstawie danych, trendów i insightów odbiorców,
tworzyć treści, które angażują i sprzedają - od postów i karuzel po scenariusze short-form video,
projektować materiały wizualne i video z wykorzystaniem narzędzi AI, bez angażowania dużych zasobów,
automatyzować powtarzalne zadania: publikację, dystrybucję, obsługę komentarzy i lead generation,
analizować wyniki działań i podejmować decyzje contentowe na podstawie danych,
budować własny system pracy z AI: workflow, biblioteka promptów i checklisty jakości.

Efektem szkolenia jest przejście z poziomu korzystania z pojedynczych narzędzi do pracy w oparciu o spójny, skalowalny system działania w social mediach.
Narzędzia omawiane i wykorzystywane podczas kursu dla social media managera
Podczas szkolenia uczestnicy pracują na aktualnych narzędziach AI wykorzystywanych w pracy social media managera - zarówno do tworzenia treści, jak i analizy, automatyzacji oraz organizacji pracy.
W trakcie kursu pokazujemy, jak łączyć narzędzia w jeden spójny workflow, zamiast traktować je jako pojedyncze rozwiązania do generowania treści.
Wśród wykorzystywanych narzędzi znajdują się m.in.:

narzędzia do pracy z tekstem i strategią (ChatGPT, Gemini),
narzędzia do tworzenia grafik i materiałów wizualnych (Canva AI),
narzędzia do produkcji i edycji video (CapCut),
narzędzia do pracy z wiedzą, researchu i analiz (NotebookLM).

Dobór narzędzi jest na bieżąco aktualizowany - uczestnicy uczą się nie tylko konkretnych rozwiązań, ale przede wszystkim sposobu pracy z AI, który można przenieść na inne narzędzia i kolejne zmiany technologiczne.
Mapa umiejętności Social Media AI
Umiejętności AI rozwijane podczas szkolenia
Podczas szkolenia uczestnicy rozwijają zaawansowane kompetencje pracy z AI w social mediach - skierowane do osób, które już korzystają z narzędzi AI i chcą uporządkować, pogłębić oraz skalować swoją pracę.
Program koncentruje się nie na podstawach, ale na świadomym wykorzystaniu AI jako elementu systemu pracy i podejmowania decyzji.
W szczególności uczestnicy uczą się, jak:

projektować pracę z AI na poziomie strategicznym - definiować kontekst, cele komunikacji i zasady współpracy z modelami,

tworzyć i rozwijać prompty w sposób iteracyjny, aby uzyskiwać powtarzalne i jakościowe rezultaty,
analizować dane, komentarze i zachowania odbiorców oraz działania konkurencji, aby budować trafne insighty i decyzje contentowe,
zarządzać strukturą komunikacji - od filarów contentowych po serie i adaptację treści między platformami,
projektować i optymalizować short-form video w oparciu o testy, dane i zachowania odbiorców,
nadzorować tworzenie materiałów wizualnych i video z wykorzystaniem AI, w tym przygotowywać briefy i standardy jakości,
automatyzować procesy komunikacji - publikację, dystrybucję, obsługę DM i działania lead generation,
interpretować wyniki i przekładać je na konkretne rekomendacje oraz decyzje optymalizacyjne,
budować własne środowisko pracy z AI - obejmujące bibliotekę promptów, checklisty jakości i uporządkowany workflow.

Efektem jest przejście z poziomu operacyjnego korzystania z AI do świadomego zarządzania procesem komunikacji i jego wynikami.
Zadania biznesowe, które przećwiczysz
Kurs ma charakter warsztatowy - pracujesz na realnych zadaniach social media managera i tworzysz elementy własnego systemu pracy z AI.
W trakcie szkolenia przećwiczysz m.in.:

stworzenie karty komunikacji marki oraz zasad pracy z AI w kontekście konkretnego biznesu,
analizę konkurencji, trendów i komentarzy odbiorców oraz wyciąganie insightów do komunikacji,
zaplanowanie kalendarza publikacji i struktury contentu dopasowanej do celów biznesowych,
przygotowanie postów, captionów i treści na różne platformy z uwzględnieniem tonu marki,
zaprojektowanie karuzeli oraz scenariusza short-form video (Reels / TikTok / Shorts),
stworzenie briefu do grafiki lub video oraz zasad współpracy z twórcami i AI,
zaprojektowanie prostego procesu automatyzacji (np. DM, dystrybucja treści, lead generation),
przygotowanie koncepcji lead magnetu i komunikacji wspierającej jego dystrybucję,
analizę wyników działań oraz stworzenie rekomendacji optymalizacyjnych,
zbudowanie własnej biblioteki promptów i checklisty jakości treści.

Efektem jest zestaw gotowych rozwiązań, które możesz wdrożyć od razu po szkoleniu.

PROGRAM SZKOLENIA:

DZIEŃ 1: PLANOWANIE I RESEARCH
1. MAPA PRACY Z AI

Przedstawienie celów szkolenia i sposobu pracy
Omówienie oczekiwań uczestników i ich najczęstszych zadań w social mediach
Pokazanie pełnego procesu pracy: strategia → research → treść → publikacja → analiza

Zasady pracy z AI na danych: co można, czego nie warto, czego nie wolno wrzucać do otwartych narzędzi
Różnica między używaniem AI jako generatora postów a używaniem AI jako systemu pracy

2. AI JAKO SYSTEM PRACY SOCIAL MEDIA MANAGERA

Jakie zadania social media managera AI może realnie wspierać
Jak przygotowywać kontekst dla AI: marka, cel, odbiorca, kanał, format, ograniczenia
Jak tworzyć prompty, które nie generują przeciętnych, generycznych treści
Jak oceniać output AI: czy jest konkretny, zgodny z marką, użyteczny i możliwy do publikacji
Jak pracować iteracyjnie: wersje, selekcja, redakcja, doprecyzowanie

3. ELEMENTY STRATEGII KOMUNIKACJI Z AI

Wykorzystanie AI do analizy grupy docelowej
Tworzenie person przydatnych w social mediach, a nie ogólnych opisów demograficznych
Identyfikacja potrzeb, barier, motywacji i pytań odbiorców
Przekładanie celów biznesowych na cele komunikacyjne
Definiowanie tonu marki dla różnych platform: linkedin, instagram, tiktok, facebook, youtube shorts
Tworzenie filarów contentowych: edukacja, sprzedaż, zaufanie, społeczność, kulisy, opinie klientów

4. RESEARCH, TRENDY, SOCIAL LISTENING I ANALIZA KONKURENCJI Z AI

Jak używać AI do analizy konkurencji w social mediach
Jak znajdować luki contentowe
Analiza komentarzy, opinii i pytań odbiorców jako źródło tematów
Wyszukiwanie trendów i ocena, czy pasują do marki
Zamiana raportów, artykułów i materiałów branżowych na pomysły do social media
Social listening: wzmianki, sentyment, powtarzające się pytania, ryzyka reputacyjne

5. PLANOWANIE CONTENTU I KALENDARZA PUBLIKACJI Z AI

Tworzenie kalendarzy publikacji
Planowanie rytmu komunikacji: edukacja, sprzedaż, społeczność, kulisy, zaufanie
Projektowanie serii contentowych
Adaptacja jednego tematu na wiele formatów i platform
Planowanie komunikacji wokół kampanii, premiery, webinaru, eventu lub promocji
Ocena czy kalendarz publikacji wspiera cele marki

6. TWORZENIE POSTÓW DLA WIELU PLATFORM

Pisanie postów na linkedin, instagram, facebook i tiktok
Tworzenie CTA pod różne cele: komentarz, zapisanie, kliknięcie, zakup, DM, lead magnet
Przerabianie długich materiałów na krótsze publikacje
Dopasowanie tonu: ekspercki, lekki, founderski, edukacyjny, sprzedażowy, premium
Redakcja treści, żeby nie brzmiały jak wygenerowane przez AI

7.SHORT-FORM VIDEO Z AI: HOOKI, SCENARIUSZE, SERIE

Generowanie pomysłów na reels, tiktoki i youtube shorts
Struktura skutecznego short-form video: hook → problem → wartość → puenta → CTA
Tworzenie hooków do pierwszych 1–3 sekund
Scenariusze talking head, voice-over, demo, ugc-style i before/after
Rozpisywanie ujęć: co pokazujemy, co mówimy, co pojawia się jako tekst na ekranie
Tworzenie serii video

8. PODSUMOWANIE DNIA I Q&A

Najważniejsze wnioski z dnia
Uporządkowanie promptów i materiałów
Pytania uczestników
Wskazanie, które elementy będą rozwijane w dniu drugim

DZIEŃ 2: PRODUKCJA I SKALOWANIE
9. WPROWADZENIE DO DNIA 2

Krótkie podsumowanie pierwszego dnia
Omówienie celu dnia: produkcja, automatyzacja, dystrybucja i analiza
Pokazanie pełnego pipeline’u: treść → kreacja → publikacja → DM → raport → optymalizacja

10. GRAFIKI, KARUZELE, OKŁADKI I KREACJE WIZUALNE Z AI

Jak tworzyć briefy do grafik social media z pomocą AI
Projektowanie karuzeli slajd po slajdzie
Tworzenie grafik edukacyjnych, sprzedażowych, produktowych i eksperckich
Tworzenie miniatur do reels, tiktoków i youtube
Generowanie koncepcji key visuala kampanii
Edycja i adaptacja grafik: tło, format, styl, proporcje, warianty platformowe

11. AVATARY AI, VOICE-OVER, DUBBING I SYNTHETIC VIDEO

Kiedy avatar AI ma sens w social mediach, a kiedy szkodzi autentyczności marki
Tworzenie skryptów dla avatarów AI
Wykorzystanie głosu AI do voice-overów i narracji
Dubbing i wersje językowe video
Generowanie krótkich ujęć video do reklam i postów
Zasady etyczne: zgoda na wizerunek, zgoda na głos, oznaczanie treści, unikanie deepfake’ów i fałszywych rekomendacji

12. REPURPOSING: JAK ZAMIENIĆ JEDEN MATERIAŁ W WIELE TREŚCI

Jak przerobić webinar, podcast, live, artykuł lub raport na serię treści social media
Wyciąganie najmocniejszych fragmentów z długiego materiału
Tworzenie shortów z długiego video
Zamiana transkrypcji na posty, karuzele, cytaty, newsletter i scenariusze rolek
Tworzenie paczki contentowej z jednego materiału eksperckiego
Jak ocenić, które fragmenty mają największy potencjał na social media

13. AUTOMATYZACJA PUBLIKACJI I DYSTRYBUCJI

Jak organizować proces publikacji: pomysł → draft → akceptacja → publikacja → raport
Różnica pomiędzy asystentami a agentami AI i ich możliwości
Tworzenie własnego asystenta / gema do powtarzalnych zadań z obszaru tworzenia treści
Przegląd ekosystemu narzędzi AI do automatyzacji w social mediach

14. TWORZENIE LEAD MAGNETS Z AI

Dobieranie typu lead magnetu do celu kampanii, etapu lejka i platformy
Projektowanie struktury lead magnetu: obietnica, wartość, format, CTA i kolejny krok
Tworzenie treści z AI: checklist, szablonów, mini-poradników, quizów i prompt packów
Przygotowanie komunikacji promującej: postów, rolek, karuzel, stories, reklam i DM

15. ANALITYKA SOCIAL MEDIA, RAPORTOWANIE I OPTYMALIZACJA Z AI

Przygotowanie danych wejściowych do analizy
Analiza wyników organicznych: zasięg, saves, shares, komentarze, watch time, retention
Analiza wyników paid social: CTR, CPC, CPM, konwersje, koszt leada, ROAS
Tworzenie rekomendacji: co kontynuować, co poprawić, co zatrzymać, co przetestować

Automatyczne raporty i cykliczne podsumowania wyników

16. KROKI WDROŻENIA AI W SOCIAL MEDIA W TWOJEJ FIRMIE

Jak zbudować bibliotekę promptów do social media
Jak stworzyć własnego asystenta / gem / projekt do pracy z marką
Jak przygotować instrukcję tonu komunikacji dla AI
Jak stworzyć checklistę jakości treści przed publikacją
Jak uporządkować proces pracy zespołu z AI
Jak ustalić zasady: co AI może robić, co wymaga redakcji, co wymaga akceptacji

17. PODSUMOWANIE SZKOLENIA I Q&A

Najważniejsze wnioski z dwóch dni
Co uczestnicy mogą wdrożyć od razu
Najczęstsze błędy przy korzystaniu z AI w social mediach
Rekomendacje narzędziowe dla różnych poziomów zaawansowania
Pytania uczestników
Plan dalszego rozwoju kompetencji

SOCIAL MEDIA AI. Kurs social media manager - efekty szkolenia
Po szkoleniu uczestnicy pracują z AI w social mediach w sposób uporządkowany, świadomy i nastawiony na wyniki - nie jako zbiorem narzędzi, ale jako spójnym systemem wspierającym codzienną pracę.
W praktyce oznacza to, że:

potrafią przełożyć cele biznesowe na strategię komunikacji i konsekwentnie ją realizować z wykorzystaniem AI,
szybciej planują i tworzą treści, zachowując spójność komunikacji i jakość materiałów,
analizują dane, komentarze i zachowania odbiorców, podejmując trafniejsze decyzje contentowe,
projektują i rozwijają różne formaty treści - w tym short-form video - w sposób bardziej przewidywalny i skalowalny,
wykorzystują AI do tworzenia i adaptacji materiałów wizualnych oraz video, optymalizując czas i zasoby,
automatyzują powtarzalne działania (publikacja, dystrybucja, DM, lead generation), odzyskując przestrzeń na działania strategiczne,
budują własne standardy pracy z AI - obejmujące prompty, checklisty jakości i uporządkowany workflow.

Efektem jest większa efektywność pracy, lepsza jakość komunikacji oraz większa kontrola nad wynikami działań w social mediach.
SOCIAL MEDIA AI. Kurs social media manager poprowadzi

TRENER:

MARTYNA BUSZCZAK - Ekspert Digital Marketingu i AI

Ekspertka digital marketingu, strategii wideo marketingu i AI z blisko 12-letnim doświadczeniem w międzynarodowych strukturach Google i YouTube.
Wspiera firmy w skutecznym wykorzystaniu digital marketingu, video marketingu oraz AI do budowania marek i zwiększania efektywności działań marketingowych w oparciu o realne dane i sprawdzone rozwiązania.
Przez blisko 12 lat związana z Google i YouTube, gdzie odpowiadała za rozwój strategii marketingowych, planowanie kampanii digital oraz wdrożenia rozwiązań opartych o wideo i narzędzia Google Ads. Pracowała zarówno z największymi markami globalnymi, jak i agencjami mediowymi, wspierając je w budowaniu skutecznych strategii komunikacji i zwiększaniu efektywności działań marketingowych.
W ramach swoich ról pełniła funkcje doradcze i liderskie, prowadziła warsztaty oraz szkolenia dla klientów i partnerów Google, a także działała jako trenerka wewnętrzna. Specjalizowała się w obszarze strategii wideo, YouTube oraz wykorzystania ekosystemu Google w budowaniu marek i realizacji celów biznesowych. Współpracowała m.in. z takimi markami jak PepsiCo, McDonald’s, Disney, Renault, Nivea, Coca-Cola czy Volkswagen, realizując projekty z zakresu strategii marketingowej, komunikacji oraz kampanii digital.
Dziś koncentruje się na łączeniu marketingu, sprzedaży i sztucznej inteligencji w praktycznych zastosowaniach biznesowych. Jej szkolenia mają charakter warsztatowy i opierają się na realnych case studies oraz sprawdzonych wdrożeniach - uczestnicy pracują na konkretnych narzędziach i rozwiązaniach możliwych do natychmiastowego wykorzystania.
W B&O NAVIGATOR Firma Szkoleniowa prowadzi szkolenia z zakresu digital marketingu, video marketingu oraz wykorzystania AI w biznesie.Pracuje w języku polskim i angielskim, w formule stacjonarnej, online i hybrydowej.