

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

27.08.2026-28.08.2026 - Online (live)
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 wycucie?

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 Martyzny Buszczak dostępny jest na stronie zespołu trenerskiego B&O NAVIGATOR Firma Szkoleniowa.

ABY WZIAĆ UDZIAŁ W SZKOLENIU WYPEŁNIONE,
PODPISANE I OPIECZĘTOWANE ZGŁOSZENIE
PRZEŚLIJ SKANEM NA ADRES bok@bonavigator.pl



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,

ABY WZIAĆ UDZIAŁ W SZKOLENIU WYPEŁNIONE,
PODPISANE I OPIECZĘTOWANE ZGŁOSZENIE
PRZEŚLIJ SKANEM NA ADRES bok@bonavigator.pl



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.

Efektom 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.

Efektom 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

ABY WZIAĆ UDZIAŁ W SZKOLENIU WYPEŁNIONE,
PODPISANE I OPIECZĘTOWANE ZGŁOSZENIE
PRZEŚLIJ SKANEM NA ADRES bok@bonavigator.pl



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

ABY WZIAĆ UDZIAŁ W SZKOLENIU WYPEŁNIONE,
PODPISANE I OPIECZĘTOWANE ZGŁOSZENIE
PRZEŚLIJ SKANEM NA ADRES bok@bonavigator.pl



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

ABY WZIAĆ UDZIAŁ W SZKOLENIU WYPEŁNIONE,
PODPISANE I OPIECZĘTOWANE ZGŁOSZENIE
PRZEŚLIJ SKANEM NA ADRES bok@bonavigator.pl



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 & rarr; draft & rarr; akceptacja & rarr; publikacja & rarr; 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

ABY WZIAĆ UDZIAŁ W SZKOLENIU WYPEŁNIONE,
PODPISANE I OPIECZĘTOWANE ZGŁOSZENIE
PRZEŚLIJ SKANEM NA ADRES bok@bonavigator.pl



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.

Efektom 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:

B&O NAVIGATOR Firma Szkoleniowa Sp. z o.o.
ul. Kopijników 67C 03-274 Warszawa, tel. 22 877 38 43/44/47
email: bok@bonavigator.pl www.bonavigator.pl

NIP: 527-24-12-682 KRS: 0000171497
Zarejestrowana w Sądzie Rejonowym dla m.st. Warszawy w Warszawie XIII wydział Gospodarczy KRS

ABY WZIAĆ UDZIAŁ W SZKOLENIU WYPEŁNIONE,
PODPISANE I OPIECZĘTOWANE ZGŁOSZENIE
PRZEŚLIJ SKANEM NA ADRES bok@bonavigator.pl



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.