

## Program szkolenia Szkolenie z AI – copywriter

### Dzień pierwszy – 4 godz.

#### 1. Wstęp

- Przedstawienie prowadzącego / grupy (Poznanie doświadczenia, wymagań, oczekiwań)
- Skrócona historia AI / Przetwarzania tekstów / LLM
- Gdzie jesteśmy teraz / możliwości aktualnych modeli
- Wprowadzenie do copywritingu i potencjału sztucznej inteligencji
- Czym właściwie jest copywriting i dlaczego jest ważny dla firm oraz organizacji.
- Różnice między tekstem reklamowym, informacyjnym i sprzedażowym.

#### 2. Internet / Obieg informacji / Co się zmieniło

- Copywriting w przeszłości
- Świat przyspiesza
- Personalizacja
- Opisywanie produktów

#### 3. Dane wejściowe i zasada działania / OpenAI Playground

- LLM to nie tylko chat
- User / Assistant / System prompts
- Okno kontekstowe, wielkość i znaczenie
- Response format (Txt / JSON)
- Temperature
- Top P
- Penalties (Frequency, Presence)
- Max tokens
- Stop sequence
- Reasoning

#### 4. Tworzenie treści na blogi i strony internetowe z pomocą AI

- Struktura artykułu blogowego: tytuł, wstęp, rozwinięcie, zakończenie.
- Jak wykorzystać AI do researchu i planowania treści.
- Optymalizacja (SEO) – wplecenie słów kluczowych i wartości merytorycznej.

## 5. Warsztat

- Korzystając z OpenAI playground
- Stworzenie treści bloga z 3 wpisami
- Postępowanie wg ustalonego planu
- Wybór tematyki wg zainteresowań
- Wybór domeny, nazwy, tytułu
- Stworzenie osoby grupy docelowej
- Omówienie zainteresowań z wybraną osobą
- Wygenerowanie treści i omówienie

## Dzień drugi – 4 godz.

### 1. Prompty

- Projektowanie promptów dla AI, czyli jak „rozmawiać” z narzędziem
- Czym są prompty i dlaczego ich treść i struktura mają kluczowe znaczenie.
- Techniki tworzenia jasnych, precyzyjnych poleceń.
- Przykłady promptów — od niewielkich wskazówek po rozbudowane scenariusze.

### 2. Prompty adv

- Zero shot
- Chain of thought
- Few shots
- Chaining
- Reasoning
- Question-Answer
- Tree of thoughts

### 3. Generowanie kodu HTML / JS / python

- Krótkie omówienie możliwości programowania modeli
- Claude jako narzędzie do prototypowania

### 4. Warsztat: Każdy zostaje programistą / Vibe Coders

Wybór jednego z 4 tematów:

- gra w kółko i krzyżyk
- tetris
- wąż
- memo

## 5. LLM Technicznie

- Rodzaje modeli (T2T, T2I/I2T, Speech-to-Text, T2S, Video Understanding, Code LLMs)
- Problemy (Halucynacje, prawa autorskie)
- Wywoływanie funkcji
- Tokenizacja i język polski
- Wektory

## 6. Asystenci

- Co to są asystenci, jak definiujemy i dlaczego
- Przykład na OpenAI playground
- Użycie plików w Asystencie
- "Rozmowa z dokumentami"

## 7. Agenci

- Czym są agenci, do czego można ich używać
- Agenci współpracujący ze sobą

## Dzień Trzeci – 4 godz.

### 1. Wektory i Wektorowe bazy danych

- Dlaczego używamy wektorów i jak działają w przypadku języka
- Jak i dlaczego wektorowe bazy danych
- Jak działamy z tekstem i bazą danych

### 2. RAG

- Wektorowa baza danych jako źródło RAG
- "Rozmowa z książkami" (duży kontekst)
- Inne źródła RAG

### 3. Podstawowe zasady pisania skutecznych tekstów

- Zasada 4U (Urgent, Unique, Useful, Ultra-specific) i jej znaczenie w copywritingu.
- Budowanie zaufania i relacji z odbiorcą poprzez tekst.
- Określanie celu tekstu i kluczowego przekazu (tzw. „message”).
- Przykłady znanych, skutecznych sloganów i analiza ich cech.

### 4 Analiza odbiorców i dostosowanie komunikatu

- Badanie grup docelowych: osoby, ich potrzeby i oczekiwania.
- Dostosowanie przekazu do grupy docelowej w krótkich formach tekstowych.

- Dostosowywanie stylu i języka do wieku, zainteresowań i kontekstu kulturowego.
- Wykorzystanie danych i statystyk w procesie tworzenia przekazu.

#### 5. Pisanie treści do mediów społecznościowych

- Różnice w stylu i formie komunikacji w zależności od platformy.
- Generowanie pomysłów na posty z AI – od inspiracji do publikacji.
- Zasady tworzenia zwięzłych, atrakcyjnych i angażujących treści.

#### 6. Warsztat

- Dla wybranych produktów (przygotowane około 10 zdjęć / przedmiotów do sprzedaży) przygotować grupy docelowe
- Dla każdej grupy wygenerować nazwę / opis - przeprowadzić analizę porównawczą
- Zapropionować zmiany w produkcie / personalizacji

#### 7. Weryfikacja jakości tekstów tworzonych przez AI

- Styl, ton i spójność treści jako elementy oceny jakości.
- Wykrywanie i unikanie treści powtarzalnych lub plagiatu.
- Czy AI może zastąpić człowieka w tworzeniu unikalnych pomysłów?
- Tworzenie metafor, analogii i storytellingu – rola AI i rola twórcy.
- Dzielenie obowiązków – rola AI w przygotowywaniu wstępnych draftów.
- Wspólna korekta i finalizacja tekstów w zespole.

Dzień czwarty – 4 godz.

#### 1. Omówienie dostępnych narzędzi AI dla copywritera

- Przykłady narzędzi do generowania treści (np. ChatGPT, Jasper).
- Narzędzia do analizy słów kluczowych i trendów (np. Google Trends, SEMrush).
- Wady i zalety oprogramowania AI w procesie pisania.

#### 2. Etyka i odpowiedzialne korzystanie z AI w copywritingu

- Walka z dezinformacją i manipulacją – gdzie leży granica?
- Prawne i etyczne aspekty korzystania z generowanych treści.
- Regulacje związane z prawem autorskim i plagiatem.
- Nowe obszary pracy copywritera – content curation, UX writing, voice assistants.

### 3. Modele Speech-to-text i Text-to-Speech

- Zasada działania i przydatność modeli speech
- Dostępność, języki - przykłady
- Modele speech w reklamie / handlu / biznesie

### 4. Warsztat

- Sprawdzenie modeli S2T T2S dla własnych promptów
- Konkurs na najlepsze 30-sekundowe nagranie (reklama?)

### 5. Deep re/search

- Modele myślące, wyszukujące, wnioskujące.
- Przydatne na studiach! Przydatne do matury!
- Jak działa, gdzie można skorzystać

### 6. Podsumowanie

- Bieżące trendy i prognozy na rynku pracy związane z AI
- Narzędzia darmowe / Zróbcie to w domu
- Przyszłość AI