

Spis treści

Od autora.....	str.2
Prolog.....	str.7
Wstęp.....	str.9
Rozdział 1: Wprowadzenie do sztucznej inteligencji w reklamie.....	str.14
Rozdział 2: Podstawowe technologie AI stosowane w reklamie.....	str.18
Rozdział 3: Personalizacja przekazu reklamowego.....	str.22
– od GPT-1 do GPT-5.....	str. 30
Rozdział 4: Automatyzacja kampanii reklamowych dzięki AI.....	str.34
Rozdział 5: Reklama programatyczna wspierana przez AI.....	str.38
Rozdział 6: Kreacja treści reklamowych z pomocą AI.....	str.42
Rozdział 7: Chatboty i wirtualni asystenci w strategiach reklamowych.....	str.46
Rozdział 8: Rozpoznawanie obrazu i wideo w kampaniach reklamowych.....	str.50
Rozdział 9: Wyszukiwanie głosowe i reklama głosowa – przyszłość interakcji z konsumentami.....	str.54

Rozdział 10: Etyka i prywatność w reklamie wspieranej przez AI.....	str.58
Rozdział 11: Przyszłość AI w reklamie – możliwości i wyzwania.....	str.62
Rozdział 12: Sztuczna inteligencja w reklamie mobilnej.....	str.66
Rozdział 13: Reklama natywna wspierana przez AI.....	str.70
Rozdział 14: Sztuczna inteligencja w reklamie w mediach społecznościowych.....	str.74
Rozdział 15: E-mail marketing wspierany przez AI.....	str.77
Rozdział 16: AI w zarządzaniu relacjami z klientami (CRM).....	str.80
Rozdział 17: Dynamiczne ustalanie cen i optymalizacja ofert z wykorzystaniem AI.....	str.83
Rozdział 18: Sztuczna inteligencja w reklamie displayowej.....	str.87
Rozdział 19: Sztuczna inteligencja w reklamie video.....	str.91
Rozdział 20: AI w mierzeniu efektywności reklam.....	str.95
Rozdział 21: Reklama głosowa i wyszukiwanie głosowe wspierane przez AI.....	str.99

Rozdział 22: Etyka i prywatność w reklamach wspieranych przez AI.....	str.103
Rozdział 23: Przyszłość reklamy wspieranej przez AI	str.107
Rozdział 24: Innowacyjne technologie AI w reklamie przyszłości.....	str.111
Rozdział 25: Case Studies – Sukcesy kampanii reklamowych z wykorzystaniem AI.....	str.116
Rozdział 26: Wdrażanie strategii reklamowych wspieranych przez AI w praktyce.....	str.121
Rozdział 27: Wyzwania i ryzyka związane z wdrażaniem AI w reklamie.....	str.126
Rozdział 28: Synergia ludzi i AI – Przyszłość współpracy w reklamie.....	str.131
Rozdział 29: Przyszłe trendy w reklamie wspieranej przez AI.....	str.136
Rozdział 30: Marketing jutra: AI, człowiek i sens komunikacji.....	str.143
ZADANIA NA NAJBLIŻSZY ROK.....	str.149
Epilog – Kim jesteśmy w świecie inteligentnej reklam.....	str.152
Aneks: 50 ćwiczeń i 50 zadań do samodzielnego wykonania.....	str.154
Aneks: Część I: 50 ćwiczeń do samodzielnego wykonania Część II - 50 zadań wdrożeniowych..	str.155