

Spis treści

Rozdział 1. Wprowadzenie	12
Czym jest sztuczna inteligencja?	12
Rys historyczny rozwoju sztucznej inteligencji	15
Transformery: Rewolucja w przetwarzaniu języka naturalnego	18
Główne projekty AI: OpenAI, Google i Anthropic	22
Możliwości oferowane przez AI oparte na transformerach.....	25
Dlaczego narzędzia AI zyskują na popularności?	29
Etyka i odpowiedzialność w rozwoju AI	32
Podsumowanie: Ewolucja, możliwości i przyszłość AI w codziennym życiu	36
Rozdział 2. Pierwsze kroki z narzędziami AI	40
ChatGPT (OpenAI)	43
Korzystanie z ChatGPT	43
Podstawowe informacje o cenach	46
Geneza ChatGPT	47
Ewolucja do GPT-4 i dalsze postępy.....	47
Różnorodne zastosowania ChatGPT.....	48
Przyjęcie przez użytkowników.....	49
Wyzwania i dalszy rozwój	50
Claude (Anthropic)	51
Korzystanie z Claude.....	52
Podstawowe informacje o cenach	54
Geneza Claude	55

Ewolucja modeli Claude	55
Różnorodne zastosowania Claude	56
Przyjęcie przez użytkowników.....	58
Wyzwania i dalszy rozwój	58
Gemini (Google)	59
Korzystanie z Gemini.....	59
Podstawowe informacje o cenach.....	64
Geneza Gemini	67
Ewolucja modeli Gemini	67
Różnorodne zastosowania Gemini	69
Przyjęcie przez użytkowników.....	70
Wyzwania i dalszy rozwój	71
Grok (X AI)	72
Korzystanie z narzędzia Grok.....	73
Podstawowe informacje o cenach.....	76
Geneza narzędzia Grok	76
Ewolucja narzędzia Grok.....	77
Różnorodne zastosowania narzędzia Grok.....	78
Przyjęcie przez użytkowników.....	79
Wyzwania i dalszy rozwój	79
LLaMa (Meta AI).....	80
Korzystanie z Llama	81
Podstawowe informacje o cenach:.....	85
Geneza narzędzia Llama	85

Ewolucja modeli Llama	86
Różnorodne zastosowania	86
Przyjęcie przez użytkowników.....	88
Wyzwania i dalszy rozwój	89
Qwen (Alibaba Cloud)	91
Korzystanie z Qwen.....	91
Podstawowe informacje o cenach:.....	95
Geneza Qwen.....	98
Ewolucja	98
Różnorodne zastosowania Qwen.....	99
Przyjęcie przez użytkowników.....	100
Wyzwania i dalszy rozwój	101
Rozdział 3. Sztuka rozmowy z maszyną – Jak tworzyć skuteczne prompty?.....	102
Historia promptów – jak ewoluowało komunikowanie się z AI?	104
Początki: sztywne komendy i język maszynowy	104
Pierwsze kroki w przetwarzaniu języka naturalnego	105
Era wyszukiwarek i pierwsze algorytmy samouczące się... ..	106
Przetomowe modele językowe i rewolucja w promptowaniu	106
Jak AI rozumie i przetwarza prompt?	107
Jak model „uczy się” na podstawie zadanych mu pytań?	112
Czym jest prompt? Definicja i zasady jego konstruowania....	117
Struktura promptu: budowanie skutecznej interakcji.....	118

Rodzaje promptów – od prostych do zaawansowanych	133
Prompty sekwencyjne – budowanie odpowiedzi krok po kroku w kolejnych interakcjach.....	136
Typowe błędy w promptowaniu i jak ich unikać	138
Testowanie i optymalizacja promptów – jak tworzyć coraz lepsze zapytania?	145
Przyszłość promptów – czy nadal będziemy je pisać?	157
Promptowanie w praktyce – scenariusze promptowania w działaniu.....	160
Promptowanie w marketingu – jak zadawać pytania, które sprzedają	160
Promptowanie w HR – jak zadawać pytania, które budują relacje i wspierają ludzi.....	171
Promptowanie dla spotkań biznesowych – jak AI wspiera przygotowanie, przebieg i efektywność rozmów zawodowych	183
Opisy, porównania i wyszukiwanie – jak promptować AI do pracy z przedmiotami, produktami i zjawiskami	193
Promptowanie w analizie rynku – jak promptować AI do myślenia strategicznego	201
Prezentacje biznesowe – jak promptować AI, by pomogła opowiadać historie, które przekonują	206
Media społecznościowe – jak promptować AI, by generowała treści, które angażują, budują społeczność i sprzedają	216
Rozdział 4 - Zastosowanie promptów w biznesie	225
Analiza rynku i otoczenia konkurencyjnego.....	229

Analiza ogólna rynku – jak ocenić potencjał branży i określić popyt?	230
Analiza konkurencji – jakie są mocne i słabe strony konkurencji?	237
Analiza trendów – jakie zmiany zachodzą na rynku i które warto wykorzystać?	247
Innowacje i badania	256
Analiza demograficzna – kim są potencjalni klienci i jak do nich dotrzeć?	263
Analiza cenowa – jak ustalić optymalną strategię cenową?	269
Analiza wpływu mediów i marketingu – jakie kanały komunikacji są najskuteczniejsze?	276
Analiza podsumowująca – jak syntetyzować zebrane dane i wyciągać wnioski?	282
Analiza przyszłości – jakie są możliwe scenariusze rozwoju rynku?	287
Strategia obecności w mediach społecznościowych	293
Strategia Content Marketingu – Jak tworzyć treści, które angażują i sprzedają?	295
Analiza Performance Marketingu i optymalizacja – Jak mierzyć i poprawiać skuteczność reklam?	297
Influencer Marketing i kampanie UGC – Jak skutecznie współpracować z twórcami internetowymi?	299
Targetowanie i segmentacja odbiorców – Jak precyzyjnie docierać do właściwych klientów?	302
Analiza i optymalizacja kampanii	304

Analiza wyników i raportowanie – Jak interpretować dane i podejmować lepsze decyzje?	305
Analiza i strategia treści – Jak dostosowywać treści do zmieniających się potrzeb klientów?	308
Kampanie influencerskie i współpraca z twórcami – Jak skutecznie skalować kampanie?	310
Monitoring i mierzenie efektywności w mediach społecznościowych – Jak śledzić kluczowe wskaźniki sukcesu?.....	313
Budowanie społeczności i wzmacnianie lojalności klientów – Jak zamieniać klientów w ambasadorów marki?.....	315
Strategia reklamowa w mediach społecznościowych – Jak projektować skuteczne kampanie reklamowe?	319
Optymalizacja i analiza kampanii w mediach społecznościowych – Jak poprawiać ROI działań marketingowych?	325
Edukacja i świadomość ekologiczna – Jak budować wizerunek odpowiedzialnej społecznie marki?	328
ANEKS do Rozdziału 4	331
Podsumowanie.....	372
Rewolucja AI: Od teoretycznych koncepcji do biznesowych zastosowań	372
Główni gracze i ich wpływ na rynek AI	373
OpenAI i modele GPT	373
Anthropic i modele Claude.....	373
Google i ekosystem Gemini	374
Meta i modele LLaMa	374

X AI i Grok	374
Alibaba Cloud i Qwen.....	375
Transformacja marketingu w erze AI.....	375
Analiza rynku i konkurencji wspierana przez AI	375
Rewolucja content marketingu	376
Strategiczne podejście do mediów społecznościowych ...	377
Analiza i optymalizacja kampanii	378
Wyzwania i perspektywy	378
Kluczowe wnioski dla praktyków	381