



Fundacja Polski
Instytut Wsparcia
Zawodowego



Planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych (content marketing)

Numer usługi 2024/05/17/160998/2153284

📍 Raszawa / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 40 h

📅 12.08.2024 do 23.08.2024

5 800,00 PLN brutto

5 800,00 PLN netto

145,00 PLN brutto/h

145,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Sposób dofinansowania	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Grupę docelową usługi stanowią m.in.: <ul style="list-style-type: none">- specjaliści ds. marketingu, public relations, mediów społecznościowych,- informatycy, którzy zajmują się tworzeniem zawartości witryn internetowych mediów społecznościowych,- osoby zajmujące się tworzeniem blogów internetowych,- Webdeweloperzy;- administratorzy stron i serwisów WWW,- fotografowie;- operatorzy filmowi;- tłumacze, lingwiści;- copywriterzy,
Minimalna liczba uczestników	5
Maksymalna liczba uczestników	30
Data zakończenia rekrutacji	09-08-2024
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	40

Cel

Cel edukacyjny

Osoba posiadająca kwalifikację "Planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych (content marketing)" jest gotowa do samodzielnego podejmowania działań związanych z planowaniem, tworzeniem i rozpowszechnianiem treści marketingowych. Analizuje potrzeby i preferencje odbiorców treści marketingowych, przygotowuje i dystrybuuje treści marketingowe. Jest przygotowana do prowadzenia projektów content marketingowych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Analizuje strategię marketingową przedsiębiorstwa	- omawia dostępne działania marketingowe służące przygotowaniu treści marketingowych - analizuje narzędzia marketingowe stosowane w przedsiębiorstwie (strona internetowa, media społecznościowe, blogi, fora internetowe, grupy dyskusyjne, portale internetowe, artykuły prasowe, materiały drukowane) pod kątem treści marketingowej	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
	<ul style="list-style-type: none"> - rozpoznaje i charakteryzuje potrzeby przedsiębiorstwa np. na podstawie przeprowadzonego wywiadu - identyfikuje docelowe grupy odbiorców treści marketingowych - określa cele działań w zakresie treści marketingowych i wskaźniki ich realizacji - charakteryzuje kanały dystrybucji treści marketingowych - dobiera kanały dystrybucji do grup odbiorców oraz rodzaju treści marketingowych 	<p data-bbox="1046 241 1217 271">Test teoretyczny</p> <hr/> <p data-bbox="1046 472 1307 528">Obserwacja w warunkach symulowanych</p>
<p data-bbox="140 712 485 801">Planuje działania związane z opracowaniem i dystrybucją treści marketingowych</p>	<ul style="list-style-type: none"> - wyszukuje tematy do tworzenia treści marketingowych, - omawia zasady tworzenia treści marketingowych w zależności od kanału dystrybucji i grupy docelowej (z uwzględnieniem słów kluczowych, rodzajów treści multimedialnych, atrakcyjności i perswazyjności przekazu), - omawia przepisy prawa autorskiego i RODO w zakresie korzystania z utworu - planuje wykorzystanie innych zasobów do tworzenia treści marketingowych (z zewnątrz i wewnątrz przedsiębiorstwa), - tworzy harmonogram oraz określa zadania zespołu, - tworzy budżet opracowania i dystrybucji treści marketingowych, - sporządza plan działań związanych z treściami marketingowymi 	<p data-bbox="1046 779 1217 808">Test teoretyczny</p> <hr/> <p data-bbox="1046 1122 1307 1178">Obserwacja w warunkach symulowanych</p>
<p data-bbox="140 1559 533 1615">Redaguje tekst dostosowany do kanału dystrybucji</p>	<ul style="list-style-type: none"> - odróżnia rodzaje/gatunki tekstów tworzonych dla wybranych kanałów dystrybucji, - sporządza tekst odpowiedni do kanału dystrybucji na podstawie tekstu źródłowego - optymalizuje treści dla potrzeb marketingu w wyszukiwarkach (SEM, SEO, PPC) - omawia zasady przygotowania treści zgodnie z obowiązującym standardem WCAG 	<p data-bbox="1046 1447 1217 1476">Test teoretyczny</p> <hr/> <p data-bbox="1046 1655 1307 1711">Obserwacja w warunkach symulowanych</p>

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Opracowuje materiały graficzne	<ul style="list-style-type: none"> - rozróżnia rodzaje materiałów graficznych, - wymienia źródła materiałów graficznych - charakteryzuje formaty plików graficznych, - tworzy scenariusz sesji zdjęciowej, - wykonuje zdjęcia zgodnie z zasadami kompozycji, - stosuje programy i aplikacje do obróbki zdjęć (kadruje, dodaje napisy, stosuje filtry graficzne), - dostosowuje plik graficzny do kanału dystrybucji, - przygotowuje wytyczne dla grafika komputerowego 	Test teoretyczny
	<ul style="list-style-type: none"> - rozróżnia rodzaje/gatunki materiałów audiowizualnych, - określa cel materiału audiowizualnego, - tworzy scenariusz materiału audiowizualnego, - przygotowuje wytyczne dla wykonawcy materiału audiowizualnego - omawia zasady przygotowania materiałów audiowizualnych zgodnie z obowiązującym standardem WCAG 	<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p> <p>Test teoretyczny</p> <p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p>
	<ul style="list-style-type: none"> - tworzy proste strony internetowe (w tym tzw. landing pages), - omawia znaczniki HTML oraz CSS według standardu W3C, - wymienia systemy zarządzania treścią (CMS) oraz sprzedażowe (e-commerce), - wprowadza treści do systemów zarządzania treścią (CMS) oraz sprzedażowych (e-commerce), - omawia proces automatyzacji marketingu 	<p>Test teoretyczny</p> <p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p>
Monitoruje efekty wdrożenia treści marketingowych	<ul style="list-style-type: none"> -rozróżnia programy do monitorowania ruchu w internecie, - dobiera narzędzie do monitorowania ruchu w internecie do kanału dystrybucji, - charakteryzuje narzędzia umożliwiające przeszukiwanie mediów społecznościowych 	Test teoretyczny
	<ul style="list-style-type: none"> - analizuje i ocenia treści pod kątem zaangażowania użytkowników, - omawia sposoby optymalizacji treści marketingowych (dobór narzędzi dystrybucji, zmiana treści, grafik, materiałów audiowizualnych) 	Obserwacja w warunkach symulowanych

Kwalifikacje

Kwalifikacje zarejestrowane w Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji

Kwalifikacje	Planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych (content marketing)
Kod kwalifikacji w Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji	12629
Nazwa/Kategoria Podmiotu prowadzącego walidację	Fundacja My Personality Skills
Podmiot prowadzący walidację jest zarejestrowany w BUR	Nie
Nazwa/Kategoria Podmiotu certyfikującego	Fundacja My Personality Skills
Podmiot certyfikujący jest zarejestrowany w BUR	Nie

Program

1. Planowanie wykorzystania treści marketingowych w strategii marketingowej przedsiębiorstwa:

Analizuje strategię marketingową przedsiębiorstwa:

- a) omawia dostępne działania marketingowe służące przygotowaniu treści marketingowych,
- b) analizuje narzędzia marketingowe stosowane w przedsiębiorstwie (strona internetowa, media społecznościowe, blogi, fora internetowe, grupy dyskusyjne, portale internetowe, artykuły prasowe, materiały drukowane) pod kątem treści marketingowej,
- c) charakteryzuje działania marketingowe podejmowane w przedsiębiorstwach o zbliżonym profilu działalności,
- d) sporządza prezentację dotyczącą strategii marketingowej przedsiębiorstwa.

Planuje działania związane z opracowaniem i dystrybucją treści marketingowych:

- a) rozpoznaje i charakteryzuje potrzeby przedsiębiorstwa np. na podstawie przeprowadzonego wywiadu,
- b) identyfikuje docelowe grupy odbiorców treści marketingowych,
- c) określa cele działań w zakresie treści marketingowych i wskaźniki ich realizacji,
- d) charakteryzuje kanały dystrybucji treści marketingowych,
- e) dobiera kanały dystrybucji do grup odbiorców oraz rodzaju treści marketingowych,
- f) wyszukuje tematy do tworzenia treści marketingowych,
- g) omawia zasady tworzenia treści marketingowych w zależności od kanału dystrybucji i grupy docelowej (z uwzględnieniem słów kluczowych, rodzajów treści multimedialnych, atrakcyjności i perswazyjności przekazu),
- h) omawia przepisy prawa autorskiego i RODO w zakresie korzystania z utworu,
- i) planuje wykorzystanie innych zasobów do tworzenia treści marketingowych (z zewnątrz i wewnątrz przedsiębiorstwa),

- j) tworzy harmonogram oraz określa zadania zespołu,
- k) tworzy budżet opracowania i dystrybucji treści marketingowych,
- l) sporządza plan działań związanych z treściami marketingowymi.

2. Przygotowywanie treści marketingowych:

Redaguje tekst dostosowany do kanału dystrybucji:

- a) rozróżnia rodzaje/gatunki tekstów tworzonych dla wybranych kanałów dystrybucji,
- b) sporządza tekst odpowiedni do kanału dystrybucji na podstawie tekstu źródłowego,
- c) optymalizuje treści dla potrzeb marketingu w wyszukiwarkach (SEM, SEO, PPC),
- d) omawia zasady przygotowania treści zgodnie z obowiązującym standardem WCAG,

Opracowuje materiały graficzne:

- a) rozróżnia rodzaje materiałów graficznych,
- b) wymienia źródła materiałów graficznych,
- c) charakteryzuje formaty plików graficznych,
- d) tworzy scenariusz sesji zdjęciowej,
- e) wykonuje zdjęcia zgodnie z zasadami kompozycji,
- f) stosuje programy i aplikacje do obróbki zdjęć (kadruje, dodaje napisy, stosuje filtry graficzne),
- g) dostosowuje plik graficzny do kanału dystrybucji,
- h) przygotowuje wytyczne dla grafika komputerowego.

Opracowuje materiały audiowizualne:

- a) rozróżnia rodzaje/gatunki materiałów audiowizualnych,
- b) określa cel materiału audiowizualnego,
- c) tworzy scenariusz materiału audiowizualnego,
- d) przygotowuje wytyczne dla wykonawcy materiału audiowizualnego,
- e) omawia zasady przygotowania materiałów audiowizualnych zgodnie z obowiązującym standardem WCAG,

3. Dystrybuowanie treści marketingowych:

Publikuje treści marketingowe:

- a) tworzy proste strony internetowe (w tym tzw. landing pages),
- b) omawia znaczniki HTML oraz CSS według standardu W3C,
- c) wymienia systemy zarządzania treścią (CMS) oraz sprzedażowe (e-commerce),
- d) wprowadza treści do systemów zarządzania treścią (CMS) oraz sprzedażowych (e-commerce),
- e) omawia proces automatyzacji marketingu.

Monitoruje efekty wdrożenia treści marketingowych:

- a) rozróżnia programy do monitorowania ruchu w internecie,
- b) dobiera narzędzie do monitorowania ruchu w internecie do kanału dystrybucji,
- c) charakteryzuje narzędzia umożliwiające przeszukiwanie mediów społecznościowych,
- d) analizuje i ocenia treści pod kątem zaangażowania użytkowników,

e) omawia sposoby optymalizacji treści marketingowych (dobór narzędzi dystrybucji, zmiana treści, grafik, materiałów audiowizualnych).

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 0

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
Brak wyników.					

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt usługi brutto	5 800,00 PLN
Koszt usługi netto	5 800,00 PLN
Koszt godziny brutto	145,00 PLN
Koszt godziny netto	145,00 PLN
W tym koszt walidacji brutto	0,00 PLN
W tym koszt walidacji netto	0,00 PLN
W tym koszt certyfikowania brutto	450,00 PLN
W tym koszt certyfikowania netto	450,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 0

Brak wyników.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymają notes, długopis, teczkę.

Warunki uczestnictwa

Warunkiem rozpoczęcia kursu jest zebranie minimalnej liczby uczestników.

EGZAMIN WYMAGANY - każdy uczestnik po ukończeniu kursu musi przystąpić do egzaminu.

Informacje dodatkowe

Szkolenie realizowane jest w godzinach dydaktycznych 1 godzina szkoleniowa = 1 godzina dydaktyczna (45 min).

Adres

Rakszawa 340
37-111 Rakszawa
woj. podkarpackie

Kontakt



Zdzisław Sikora

E-mail fundacja@piwz.pl

Telefon (+48) 726 826 040