

GTW Project Spółka  
z o.o.

## Planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych (content marketing)

Numer usługi 2024/09/26/12979/2330045

📍 Rzeszów / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 40 h

📅 02.12.2024 do 30.12.2024

5 600,00 PLN brutto

5 600,00 PLN netto

140,00 PLN brutto/h

140,00 PLN netto/h

## Informacje podstawowe

<b>Kategoria</b>	Biznes / Marketing
<b>Sposób dofinansowania</b>	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
<b>Grupa docelowa usługi</b>	<b>Kurs skierowany jest dla:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- specjalistów ds. marketingu,</li><li>- osób zajmujących się blogiem internetowym,</li><li>- administratorów stron WWW,</li><li>- osób chcących podnieść swoje kwalifikacje w dziedzinie marketingu.</li></ul>
<b>Minimalna liczba uczestników</b>	3
<b>Maksymalna liczba uczestników</b>	12
<b>Data zakończenia rekrutacji</b>	01-12-2024
<b>Forma prowadzenia usługi</b>	stacjonarna
<b>Liczba godzin usługi</b>	40
<b>Podstawa uzyskania wpisu do BUR</b>	Znak Jakości Małopolskich Standardów Usług Edukacyjno-Szkoleniowych (MSUES) - wersja 2.0

## Cel

### Cel edukacyjny

Usługa "Planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych (content marketing)" przygotowuje do samodzielnego podejmowania działań związanych z planowaniem, tworzeniem i rozpowszechnianiem treści marketingowych. Osoba po skończonym kursie przygotowuje treści marketingowe: tekstowe i multimedialne (zdjęcia, grafiki, filmy, poradniki, artykuły).

## Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Analizuje strategię marketingową przedsiębiorstwa</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• omawia przepisy prawa autorskiego i RODO w zakresie korzystania z utworu</li> <li>• planuje wykorzystanie innych zasobów do tworzenia treści marketingowych (z zewnątrz i wewnątrz przedsiębiorstwa)</li> <li>• tworzy harmonogram oraz określa zadania zespołu</li> <li>• tworzy budżet opracowania i dystrybucji treści marketingowych</li> <li>• sporządza plan działań związanych z treściami marketingowymi</li> </ul>	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
		Analiza dowodów i deklaracji
		Wywiad ustrukturyzowany
<p>Planuje działania związane z opracowaniem i dystrybucją treści marketingowych</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• rozpoznaje i charakteryzuje potrzeby przedsiębiorstwa</li> <li>• identyfikuje docelowe grupy odbiorców treści marketingowych</li> <li>• określa cele działań w zakresie treści marketingowych i wskaźniki ich realizacji</li> <li>• charakteryzuje kanały dystrybucji treści marketingowych</li> <li>• dobiera kanały dystrybucji do grup odbiorców oraz rodzaju treści marketingowych</li> <li>• wyszukuje tematy do tworzenia treści marketingowych</li> <li>• omawia zasady tworzenia treści marketingowych</li> <li>• omawia przepisy prawa autorskiego i RODO w zakresie korzystania z utworu</li> <li>• planuje wykorzystanie innych zasobów do tworzenia treści marketingowych</li> <li>• tworzy harmonogram oraz określa zadania zespołu</li> <li>• tworzy budżet opracowania i dystrybucji treści marketingowych</li> <li>• sporządza plan działań związanych z treściami marketingowymi</li> </ul>	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
		Analiza dowodów i deklaracji
		Wywiad ustrukturyzowany

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Redaguje tekst dostosowany do kanału dystrybucji. Opracowuje materiały graficzne</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• rozróżnia rodzaje/gatunki tekstów tworzonych dla wybranych kanałów dystrybucji</li> <li>• sporządza tekst odpowiedni do kanału dystrybucji na podstawie tekstu źródłowego</li> <li>• optymalizuje treści dla potrzeb marketingu w wyszukiwarkach (SEM, SEO, PPC)</li> <li>• omawia zasady przygotowania treści zgodnie z obowiązującym standardem WCAG</li> <li>• rozróżnia rodzaje materiałów graficznych</li> <li>• wymienia źródła materiałów graficznych</li> <li>• charakteryzuje formaty plików graficznych</li> <li>• tworzy scenariusz sesji zdjęciowej</li> <li>• wykonuje zdjęcia zgodnie z zasadami kompozycji</li> <li>• stosuje programy i aplikacje do obróbki zdjęć (kadruje, dodaje napisy, stosuje filtry graficzne)</li> <li>• dostosowuje plik graficzny do kanału dystrybucji</li> <li>• przygotowuje wytyczne dla grafika komputerowego</li> </ul>	<p>Test teoretyczny</p>
		<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p>
		<p>Analiza dowodów i deklaracji</p>
		<p>Wywiad ustrukturyzowany</p>
<p>Opracowuje materiały audiowizualne</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• rozróżnia rodzaje/gatunki materiałów audiowizualnych</li> <li>• określa cel materiału audiowizualnego</li> <li>• tworzy scenariusz materiału audiowizualnego</li> <li>• przygotowuje wytyczne dla wykonawcy materiału audiowizualnego</li> <li>• omawia zasady przygotowania materiałów audiowizualnych zgodnie z obowiązującym standardem WCAG</li> </ul>	<p>Test teoretyczny</p>
		<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p>
		<p>Analiza dowodów i deklaracji</p>
		<p>Wywiad ustrukturyzowany</p>

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Publikuje treści marketingowe. Monitoruje efekty wdrożenia treści marketingowych	<ul style="list-style-type: none"> <li>• tworzy proste strony internetowe (w tym tzw. landing pages)</li> <li>• omawia znaczniki HTML oraz CSS według standardu W3C</li> <li>• wymienia systemy zarządzania treścią (CMS) oraz sprzedażowe (e-commerce)</li> <li>• wprowadza treści do systemów zarządzania treścią (CMS) oraz sprzedażowych (e-commerce)</li> <li>• omawia proces automatyzacji marketingu</li> <li>• rozróżnia programy do monitorowania ruchu w internecie</li> <li>• dobiera narzędzie do monitorowania ruchu w internecie do kanału dystrybucji</li> <li>• charakteryzuje narzędzia umożliwiające przeszukiwanie mediów społecznościowych</li> <li>• analizuje i ocenia treści pod kątem zaangażowania użytkowników</li> <li>• omawia sposoby optymalizacji treści marketingowych (dobór narzędzi dystrybucji, zmiana treści, grafik, materiałów audiowizualnych)</li> </ul>	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
		Analiza dowodów i deklaracji
		Wywiad ustrukturyzowany

## Kwalifikacje

### Kwalifikacje zarejestrowane w Zintegrowanym Rejestrze Kwalifikacji

<b>Kwalifikacje</b>	Planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych (content marketing)
<b>Kod kwalifikacji w Zintegrowanym Rejestrze Kwalifikacji</b>	12629
<b>Nazwa/Kategoria Podmiotu prowadzącego walidację</b>	FUNDACJA MY PERSONALITY SKILLS
<b>Podmiot prowadzący walidację jest zarejestrowany w BUR</b>	Tak
<b>Nazwa/Kategoria Podmiotu certyfikującego</b>	FUNDACJA MY PERSONALITY SKILLS
<b>Podmiot certyfikujący jest zarejestrowany w BUR</b>	Nie

# Program

## Moduł 1: Planowanie wykorzystania treści marketingowych w strategii marketingowej przedsiębiorstwa

### Część teoretyczna:

#### 1.1 Wprowadzenie do strategii marketingowej:

Definicja strategii marketingowej oraz jej znaczenie dla przedsiębiorstwa. Omówienie dostępnych działań marketingowych, które wspierają przygotowanie treści, np. kampanie online, blogi, media społecznościowe, materiały drukowane.

#### 1.2. Analiza narzędzi marketingowych:

Narzędzia wykorzystywane w przedsiębiorstwach: Strona internetowa (SEO, struktura treści). Media społecznościowe (Facebook, Instagram, LinkedIn). Blogi, fora, grupy dyskusyjne. Portale internetowe, artykuły prasowe, materiały drukowane. Ocena treści w tych narzędziach w kontekście ich efektywności.

#### 1.3 Analiza działań konkurencji:

Przegląd działań marketingowych firm o podobnym profilu działalności. Analiza efektywności narzędzi i kanałów stosowanych przez konkurencję.

#### 1.4 Kryteria sukcesu treści marketingowych:

Wskaźniki efektywności (liczba odwiedzin, konwersje, zaangażowanie, pozycjonowanie).

### Część praktyczna:

#### 1.5 Indywidualna analiza strategii marketingowej:

Uczestnicy dokonują analizy strategii marketingowej wybranego przedsiębiorstwa, skupiając się na narzędziach i treściach marketingowych (strona internetowa, media społecznościowe, blogi). Ocena skuteczności dotychczasowych działań w zakresie tworzenia treści.

#### 1.6 Porównanie działań konkurencji:

Uczestnicy analizują przykłady działań marketingowych firm konkurencyjnych i porównują je z własną analizą wybranego przedsiębiorstwa.

## Moduł 2: Przygotowywanie treści marketingowych

### Część teoretyczna:

#### 2.1 Redagowanie tekstów marketingowych:

Omówienie rodzajów tekstów (np. posty w mediach społecznościowych, artykuły blogowe, opisy produktów). Dopasowanie stylu i formy tekstu do kanału dystrybucji (np. media społecznościowe vs strona internetowa). Zasady optymalizacji treści pod kątem SEO, SEM, PPC. Przegląd wymagań dostępności treści zgodnie ze standardem WCAG.

#### 2.2 Opracowanie materiałów graficznych:

Rodzaje materiałów graficznych (zdjęcia, infografiki, ilustracje). Źródła materiałów (bazy zdjęć, własne zasoby, tworzenie grafik od podstaw). Podstawowe formaty plików graficznych (JPEG, PNG, SVG) i ich zastosowanie. Podstawy kompozycji zdjęć i tworzenia scenariuszy sesji zdjęciowych.

#### 2.3 Opracowanie materiałów audiowizualnych:

Rodzaje treści audiowizualnych (filmy promocyjne, tutoriale, podcasty). Cele materiałów audiowizualnych – budowanie zaangażowania, edukacja, prezentacja produktów. Zasady tworzenia scenariuszy i wytycznych dla wykonawców. Wymogi dostępności treści audiowizualnych zgodnie z WCAG.

### Część praktyczna:

#### 2.4 Tworzenie tekstów marketingowych:

Zadanie indywidualne: Uczestnicy redagują tekst marketingowy dostosowany do wybranego kanału (np. post na media społecznościowe lub opis produktu na stronie internetowej). Optymalizacja stworzonego tekstu pod kątem SEO (dobór słów kluczowych, nagłówków, długości tekstu).

## 2.5 Przygotowanie materiałów graficznych:

Zadanie indywidualne: Uczestnicy wybierają rodzaj materiału graficznego (np. zdjęcie, infografika) i dostosowują go do konkretnego kanału dystrybucji (np. media społecznościowe lub newsletter). Praktyczne zastosowanie narzędzi do edycji grafiki (kadrowanie, dodawanie napisów, filtry).

## 2.6 Tworzenie prostego materiału audiowizualnego:

Zadanie indywidualne: Uczestnicy opracowują scenariusz krótkiego filmu promocyjnego lub tutorialu, uwzględniając cele materiału i wytyczne WCAG. Przygotowanie wytycznych dla realizacji audiowizualnej (koncepcja, treść, sposób realizacji).

## **Moduł 3: Dystrybuowanie treści marketingowych**

### **Część teoretyczna:**

#### 3.1 Publikacja treści marketingowych:

Omówienie podstaw tworzenia prostych stron internetowych, w tym landing pages. Wprowadzenie do znaczników HTML i CSS zgodnie ze standardami W3C. Przegląd systemów zarządzania treścią (CMS) oraz platform e-commerce (np. WordPress, Shopify). Automatyzacja marketingu – narzędzia do automatycznego zarządzania treściami (np. Mailchimp, HubSpot).

#### 3.2 Monitorowanie efektów treści marketingowych:

Przegląd programów do monitorowania ruchu w internecie (np. Google Analytics, Matomo). Narzędzia do monitorowania zaangażowania użytkowników w mediach społecznościowych (np. Hootsuite, Brand24).

Metody oceny efektywności treści pod kątem wskaźników zaangażowania (np. liczba kliknięć, czas spędzony na stronie, interakcje).

#### 3.3 Optymalizacja treści:

Strategie optymalizacji treści (zmiana grafiki, poprawa tekstów, dopasowanie materiałów audiowizualnych). Wybór kanałów dystrybucji w zależności od wyników monitoringu i analizy zaangażowania użytkowników.

### **Część praktyczna:**

#### 3.4 Publikacja treści marketingowych:

Zadanie indywidualne: Uczestnicy tworzą prostą stronę typu landing page z wykorzystaniem dostępnych narzędzi (np. CMS). Wprowadzenie i formatowanie treści przy użyciu podstaw HTML/CSS.

#### 3.5 Monitorowanie i analiza efektów:

Zadanie indywidualne: Uczestnicy uczą się korzystania z narzędzi do monitorowania ruchu (np. Google Analytics), a następnie analizują ruch i zaangażowanie użytkowników. Interpretacja danych (np. skąd pochodzi ruch, jakie są najczęściej odwiedzane strony).

#### 3.6 Optymalizacja treści na podstawie danych:

Zadanie indywidualne: Na podstawie wyników monitorowania uczestnicy wprowadzają zmiany w treściach marketingowych, takich jak poprawki w tekstach, grafikach lub wideo. Zastosowanie strategii optymalizacyjnych – dobór kanałów dystrybucji i dostosowanie treści do wyników analizy.

### **Dodatkowe informacje:**

- Szkolenie prowadzone jest w trybie godzin dydaktycznych (45 minut).
- Czas trwania szkolenia: 40 godzin dydaktycznych (plus dodatkowo przerwy).
- Szkolenie będzie prowadzone w grupach maksymalnie 12 osobowych.
- Kurs prowadzony będzie w formie warsztatowej, zakładającej aktywny udział Uczestników i przeprowadzenie ćwiczeń praktycznych.
- Podczas szkolenia przeprowadzane będą regularne weryfikacje postępów oraz ocena osiągnięcia efektów uczenia się poprzez ankiety i testy.
- Po zakończeniu kursu zostanie przeprowadzony zewnętrzny egzamin potwierdzający nabycie kwalifikacji zawodowych - egzamin przeprowadzony zostanie przez Fundację My Personality Skills. Egzamin teoretyczny będzie trwał 60 minut, egzamin praktyczny 240 minut. Egzamin teoretyczny przeprowadzany jest z wykorzystaniem elektronicznego systemu egzaminacyjnego. Egzamin praktyczny, przeprowadzany jest z zastosowaniem następujących metod weryfikacji: symulacja, rozmowa z komisją oraz analiza dowodów.

# 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 przypadający na 1 uczestnika brutto	5 600,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 600,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	140,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	140,00 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: 1



1 z 1

### Piotr Guziak

Pan Piotr to doświadczony trener z obszaru informatyki, social mediów i marketingu posiadający wykształcenie wyższe w dziedzinie informatyk. Ma na swoim koncie pięcioletnie doświadczenie w prowadzeniu szkoleń. Jego wszechstronna wiedza i umiejętności pozwalają mu skutecznie przekazywać trudne tematy w sposób przystępny dla uczestników. Dzięki jego profesjonalizmowi oraz pasji do nauczania, uczestnicy szkoleń zyskują praktyczne umiejętności, które mogą od razu wykorzystać w praktyce.

# Informacje dodatkowe

## Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Skrypt

## Warunki uczestnictwa

Ukończone 18 lat

## Informacje dodatkowe

Terminy i godziny zajęć ustalone będą w porozumieniu z uczestnikami

## Adres

ul. Wincentego Pola 18

35-021 Rzeszów

woj. podkarpackie

## Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi
- Laboratorium komputerowe

## Kontakt



**Wojciech Gulik**

**E-mail** [biuro@gtwproject.pl](mailto:biuro@gtwproject.pl)

**Telefon** (+48) 146 230 700