



ZWIĄZEK
PRACODAWCÓW
BRANŻY
INTERNETOWEJ
INTERACTIVE
ADVERTISING
BUREAU POLSKA



Content marketing - planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych - szkolenie

Numer usługi 2024/11/08/9718/2402492

📍 zdalna w czasie rzeczywistym
🏠 Usługa szkoleniowa
🕒 16 h
📅 22.04.2025 do 24.04.2025

2 115,60 PLN brutto
1 720,00 PLN netto
132,23 PLN brutto/h
107,50 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Sposób dofinansowania	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Szkolenie jest przeznaczone dla osób, które: • potrzebują kompleksowego utrwalenia wiedzy w content marketingu i web-writingu, • rozpoczynają pracę w działach marketingu internetowego specjalizującego się w content marketingu, • dotychczas pracowały w marketingu tradycyjnym i przechodzą do działów digitalowych lub rozszerzają zakres swoich obowiązków o content marketing A w szczególności powinni w nim wziąć udział: • specjaliści ds. marketingu, public relations, mediów społecznościowych, • osoby zajmujące się tworzeniem blogów internetowych, • copywriterzy, • redaktorzy, dziennikarze, reporterzy. Usługa jest również adresowana do uczestników projektów: • Kierunek Kariera Zawodowa, • Kierunek – Rozwój.
Minimalna liczba uczestników	4
Maksymalna liczba uczestników	15

Data zakończenia rekrutacji	21-04-2025
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	16
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Znak Jakości Małopolskich Standardów Usług Edukacyjno-Szkoleniowych (MSUES) - wersja 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje do samodzielnego prowadzenia działań z zakresu content marketingu w szczególności przygotowywania kampanii Content Marketing dla swojego przedsiębiorstwa. Pisania i nadzorowania treści oraz zaplanowania i dystrybuowania ich zgodnie ze strategią komunikacji przedsiębiorstwa. Monitorowania efektywności kampanii Content Marketingowych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
WIEDZA: posługuje się wiedzą dotyczącą przygotowania treści content marketingowych	rozpoznaje i charakteryzuje potrzeby odbiorców treści content marketingowych	Test teoretyczny
UMIEJĘTNOŚCI: planuje i prowadzi odpowiednie działania w zakresie wykorzystania treści content marketingowych	planuje odpowiednie treści w zakresie web-writingu	Test teoretyczny
	wskazuje odpowiednie treści multimedialne do użycia w działaniach content marketingowych firmy (grafiki, video, audio)	Test teoretyczny
	dystrybuuje przygotowane treści z wykorzystaniem kanałów internetowych, posługuje się odpowiednimi narzędziami	Test teoretyczny
	monitoruje skuteczność i efektywność wdrażanych rozwiązań	Test teoretyczny
	realizuje strategię content marketingową przedsiębiorstwa	Test teoretyczny
KOMPETENCJE SPOŁECZNE: Rozwija zdolności analityczne oraz umiejętności komunikacyjne	podejmuje zadania projektowe, planuje i przekazuje zadania współpracownikom oraz zewnętrznym wykonawcom usług	Test teoretyczny

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji zawiera opis efektów uczenia się?

Zaświadczenie wydawane po zakończeniu usługi zawiera opis efektów uczenia się.

Pytanie 2. Czy dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji?

Tak, wydane zaświadczenie potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji.

Pytanie 3. Czy dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

Tak, wydane zaświadczenie potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji.

Program

1. Content Marketing krok po kroku - 4 h (teoria - 45 min, praktyka 3 h 15 min)

- jak definiować cele i KPI w ramach Content Marketing?
- budowanie strategii content marketingowej od A do Z
- profil odbiorcy – typy odbiorców i ich motywacje
- formy content marketingu – jakie typy treści są najpopularniejsze, a które najsukcesowniej?
- typy contentu w zależności od celu – od brandingu do performance
- Inbound versus Outbound marketing – wady i zalety
- Content Marketing w działaniach brandingowych (wizerunek, ruch, lojalność) – przykłady z Polskie i ze świata
- Content Marketing w działaniach direct response (lead, sprzedaż) – przykłady B2C i B2B

2. Jak promować i dystrybuować treści w kanałach elektronicznych i pozyskiwać użytkowników? - 4 h (teoria 30 min, praktyka 3 h 30 min)

- 10 skutecznych sposobów na promocję własnych treści – kryteria wyboru w zależności od rodzaju contentu i kosztów
- sposoby dystrybucji treści w ramach content marketingu – płatne i bezpłatne formy promocji
- Sieci CM i sieci kontekstowe oraz inni wydawcy – jak dobrać model rozliczeń?
- reklama natywna jako przykład aktywności CM

3. Web-writing i copywriting w projektach online - 2 h (teoria 30 min, praktyka 1 h 30 min)

- praktyka redagowania treści
- dekalog redaktora i model „odwróconej piramidy”
- formatowanie treści (tytuły, nagłówki, podsumowania, kontekst) – jak „wybić się” z tekstem by był zauważony i przeczytany?
- układ i formy informacji na stronie – rozmiar, czcionki, zdjęcia i ilustracje, kolory, dźwięk, animacje i wideo ?
- redaktor jako specjalista SEO on-page – jak pisać by tekst był dobrze pozycjonowany w Google?
- jak projektować formaty reklamowe z uwzględnieniem elementów copywritingu?
- przykłady i dobre praktyki

4. Pomiar skuteczności contentu online - 1 h 50 min (teoria 30 min, praktyka 1 h 20 min)

- audyt treści – jak weryfikować skuteczność redagowanych treści?
- podstawowe mierniki efektywności działań w ramach content marketingu?
- badania online i monitoring internetu – jak weryfikować ilość i jakość publikacji?
- estymacja efektywności działań – od CPV do ROI

Walidacja - 10 min

Uczestnicy poznają przykłady prawidłowych i nieprawidłowych działań w zakresie content marketingu wraz z omówieniem ich skuteczności i efektywności.

Warunki niezbędne do spełnienia przez uczestników usługi, aby realizacja usługi pozwoliła na osiągnięcie głównego celu: usługa/szkolenie nie wymaga od uczestników znajomości tematu z obszaru e-marketingu, aktywność na zajęciach, minimalny poziom frekwencji - 100%.

Godzina szkoleniowa = 45 min.

Przerwy nie są uwzględnione w harmonogramie szkolenia. Trener dostosowuje przerwy do potrzeb uczestników (max. 10 min.) i odpowiednio wydłuża zajęcia.

Ćwiczenia praktyczne będą obejmować m.in.:

- budowanie strategii content marketingowej w oparciu o model persony
- klasyfikacja formatów content marketingowych w zależności od celu
- dobór kanałów dystrybucji w zależności od grupy docelowej i formatu content marketing
- redagowanie informacji na potrzeby projektów online
- Prezentacja przykładów i dobrych praktyk i zrecenzowanie ich przez uczestników
- dyskusja na temat case studies content marketingu

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 5

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 5 Content Marketing krok po kroku - Ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Anna Ledwoń-Blacha	22-04-2025	09:00	13:00	04:00
2 z 5 Jak promować i dystrybuować treści w kanałach elektronicznych i pozyskiwać użytkowników? - Ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Anna Ledwoń-Blacha	23-04-2025	09:00	13:00	04:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
3 z 5 Web-writing i copywriting w projektach online - Ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Anna Ledwoń-Blacha	24-04-2025	09:00	11:00	02:00
4 z 5 Pomiar skuteczności contentu online - Ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Anna Ledwoń-Blacha	24-04-2025	11:00	12:50	01:50
5 z 5 Walidacja	-	24-04-2025	12:50	13:00	00:10

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	2 115,60 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 720,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	132,23 PLN
Koszt osobogodziny netto	107,50 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Anna Ledwoń-Blacha

Od 10 lat wspiera firmy w działaniach marketingowych, współwłaścicielka agencji More Bananas. Obszary specjalizacji doradztwa i konsultingu: • strategia marketingowa, komunikacyjna oraz Social Media, • kompleksowe kampanie oraz obsługa mediów społecznościowych, • content marketing

oraz copywriting, • performance marketing, • branding oraz custom publishing, • współpraca z influencerami. • szkolenia z zakresu szeroko rozumianego digital marketingu. od 2017 – obecnie 📌
Przeprowadziła ponad 500 godzin szkoleń z zakresu marketingu.
Wykładowca na kierunkach związanych z e-marketingiem (m.in. AGH)
📌 Prelegentka na konferencjach sprawny.marketing, Dimaq Day, Internet Beta, In Digital Marketing, Kongres Online Marketing, Marketing w Kulturze czy Digital Banking Day. 📌 Współtworzyła kursy dla LiveKid, Forum Media Polska Wykształcenie: 2020 – 2021 Wyższa Szkoła Bankowa w Gdańsku
Podyplomowe Kierunek studiów: Data Driven Marketing 2013 – 2015 AGH Magister Kierunek studiów: Zarządzanie: marketing. Ostatnie 5 lat aktywnie działa w branży marketingowej.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Po szkoleniu uczestnicy otrzymają materiały szkoleniowe w formie elektronicznej:

- Prezentacja szkoleniowa
- Linki do źródeł do dalszego samokształcenia

Uczestnicy otrzymają zaświadczenie o ukończeniu szkolenia, pod warunkiem min. 100% frekwencji.

Literatura:

“Marketing” - Philip Kotler

“To jest marketing” - Seth Godin

“Biblia Copywritingu” - Darek Puzyrkiewicz

“Jak pisać, żeby chcieli czytać i kupować” - Artur Jabłoński

“Narratologia” - Paweł Tkaczyk

“Magia słów” - Joanna Wrycza - Bekier

Warunki uczestnictwa

Przed zapisaniem się proszę o kontakt kontakt@dimaq.eu w celu potwierdzenia terminu i dostępności miejsc dla Uczestników.

Warunkiem uczestnictwa jest rejestracja i założenie konta w BUR, dokonanie zapisu na szkolenie za pośrednictwem BUR oraz spełnienie wszystkich warunków określonych przez Operatora.

Informacje dodatkowe

Zawarto umowę z WUP w Toruniu w ramach projektu Kierunek – Rozwój.

Usługa szkoleniowa (nie dotyczy doradztwa) jest zwolniona z podatku VAT w przypadku, kiedy przedsiębiorstwo zwolnione jest z podatku VAT lub dofinansowanie wynosi co najmniej 70%. W innej sytuacji do ceny netto doliczany jest podatek VAT w wysokości 23%.

Warunki techniczne

Szkolenie będzie dostępne na platformie Zoom lub Teams. Każdy z uczestników dostanie link do szkolenia.

Minimalne wymagania sprzętowe, jakie musi spełniać komputer Uczestnika lub inne urządzenie do zdalnej komunikacji - system operacyjnych Windows, macOS i Linux, zalecany: procesor dwurdzeniowy o taktowaniu co najmniej 2 Ghz (Intel i3/i5/i7 lub ekwiwalent AMD), pamięć RAM - 4 Gb

Minimalne wymagania dotyczące parametrów łącza sieciowego, jakim musi dysponować Uczestnik: dla audio 256 kb/s, Video w wersji HD – 4Mb/s – to są parametry górne graniczne.

System dopasowuje się do łącza i działa na każdych dostępnych parametrach.

Podstawą do rozliczenia usługi jest wygenerowanie z systemu raportu, umożliwiającego identyfikację wszystkich uczestników oraz zastosowanego narzędzia

Poczas zajęć konieczne jest zastosowanie kamery i mikrofonu.

Link umożliwiający uczestnictwo w spotkaniu on-line będzie aktywny przez cały okres trwania kursu.

Kontakt



Agnieszka Fabianowicz

E-mail a.fabianowicz@dimaq.eu

Telefon (+48) 515 992 599