



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

Numer usługi 2024/11/09/121120/2404667

6 400,00 PLN brutto

6 400,00 PLN netto

160,00 PLN brutto/h

160,00 PLN netto/h

POLSKI INSTYTUT  
TRENINGU  
MENTALNEGO  
SPÓŁKA Z  
OGRA NICZONĄ  
ODPOWIEDZIALNOŚ  
CIĄ



- 📍 zdalna w czasie rzeczywistym
- 🏠 Usługa szkoleniowa
- 🕒 40 h
- 📅 20.01.2025 do 28.01.2025

## Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Identyfikator projektu	Regionalny Fundusz Szkoleniowy II
Sposób dofinansowania	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Kurs <b>Planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych (content marketing)</b> przeznaczony dla osób którzy chcą samodzielnego podejmowania działań związanych z planowaniem, tworzeniem i rozpowszechnianiem treści marketingowych. Zwiększać swoje zyski i są zainteresowani zdobyciem nowych kwalifikacji zawodowych. Odkryciem sprawdzonych strategii sprzedaży oraz uzyskaniem przewagi na jednym z największych rynków e-commerce.
Minimalna liczba uczestników	5
Maksymalna liczba uczestników	20
Data zakończenia rekrutacji	19-01-2025
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	40
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Znak Jakości Małopolskich Standardów Usług Edukacyjno-Szkoleniowych (MSUES) - wersja 2.0

# Cel

## Cel edukacyjny

Celem szkolenia Planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych (content marketing) jest przekazanie kompleksowej wiedzy i umiejętności oraz przygotowanie Państwa do samodzielnej realizacji zadań w obszarze prowadzenia sprzedaży.

## 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	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	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
	Charakteryzuje działania marketingowe podejmowane w przedsiębiorstwach o zbliżonym profilu działalności	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	Sporządza prezentację dotyczącą strategii marketingowej przedsiębiorstwa	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Planuje działania związane z opracowaniem i dystrybucją treści marketingowych	Rozpoznaje i charakteryzuje potrzeby przedsiębiorstwa np. na podstawie przeprowadzonego wywiadu	Test teoretyczny
	Identyfikuje docelowe grupy odbiorców treści marketingowych	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Określa cele działań w zakresie treści marketingowych i wskaźniki ich realizacji	Test teoretyczny
	Charakteryzuje kanały dystrybucji treści marketingowych	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Dobiera kanały dystrybucji do grup odbiorców oraz rodzaju treści marketingowych	Test teoretyczny
	Wyszukuje tematy do tworzenia treści marketingowych	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Omawia zasady tworzenia treści marketingowych w zależności od kanału dystrybucji i grupy docelowej (z uwzględnieniem słów kluczowych, rodzajów treści multimedialnych, atrakcyjności i perswazyjności przekazu)	Test teoretyczny
	Omawia przepisy prawa autorskiego i RODO w zakresie korzystania z utworu	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Planuje wykorzystanie innych zasobów do tworzenia treści marketingowych (z zewnątrz i wewnątrz przedsiębiorstwa)	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
		Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
	<p>Tworzy harmonogram oraz określa zadania zespołu</p> <p>Tworzy budżet opracowania i dystrybucji treści marketingowych</p> <p>Sporządza plan działań związanych z treściami marketingowymi</p>	<p>Test teoretyczny</p> <p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p>

# Kwalifikacje

## Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

### Warunki uznania kompetencji

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

tak

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

tak

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

tak

# Program

## 1. Wprowadzenie do szkolenia (2 godziny)

- Omówienie celów i efektów uczenia się.
- Przedstawienie struktury szkolenia.
- Wstęp do strategii marketingowych w przedsiębiorstwach.

## 2. Analiza strategii marketingowej przedsiębiorstwa (4 godziny)

## 3. Planowanie działań marketingowych – opracowanie i dystrybucja treści (6 godzin)

## 4. Tworzenie treści marketingowych – redakcja tekstów (4 godziny)

## 5. Opracowywanie materiałów graficznych (4 godziny)

## 6. Opracowywanie materiałów audiowizualnych (4 godziny)

## 7. Dystrybucja treści marketingowych – publikowanie treści (4 godziny)

## 8. Monitorowanie i analiza efektywności treści marketingowych (4 godziny)

## 9. Podsumowanie i egzamin praktyczny (2 godziny)

- Dyskusja końcowa na temat najważniejszych wniosków.
- Prezentacja planu działań marketingowych dla wybranego przedsiębiorstwa.

Program obejmuje analizę, planowanie, tworzenie oraz dystrybucję treści marketingowych w różnych kanałach, a także ocenę efektywności działań.

**Kurs certyfikowany zakończony egzaminem**

## 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	6 400,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	6 400,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	160,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	160,00 PLN

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 2



1 z 2

### Daniel Kaczmarek

Twórca wielu serwisów internetowych o tematyce rozrywkowej, z bogatym doświadczeniem w pracy zarówno w polskich, jak i międzynarodowych mediach. Jako zdobywca prestiżowych nagród Srebrnego i Złotego Przycisku YouTube, umiejętnie łączy kreatywność z innowacyjnością. Właściciel marki LAIF, która odzwierciedla jego pasję do nowoczesnych rozwiązań.



2 z 2

### Izabela Bełz - Kaczmarek



Izabela Bełz-Kaczmarek - doktor filologii angielskiej, twórcza treści, specjalizująca się w badaniach porównawczych oraz wpływie neurologii i psychologii na literaturę piękną. Nauczyciel akademicki z pasją do interdyscyplinarnych badań, łączących literaturę i nauki kognitywne. Współtwórczyni popularnych serwisów internetowych o tematyce rozrywkowej, lifestylowej i modowej, z doświadczeniem w pracy w mediach polskich i międzynarodowych. Pomysłodawczyni i współtwórczyni marki LAIF (laifbrand.pl), łączącej elegancję i nowoczesny styl.

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymają zaświadczenie o ukończeniu szkolenia pod warunkiem uczestnictwa w usłudze na poziomie co najmniej 80%

Uczestnicy przyjmują do wiadomości, że usługa może być poddana monitoringowi z ramienia Operatora lub PARP i wyrażają na to zgodę.

1 godzina usługi to 60 minut przerwy są wliczone w czas szkolenia.

## Warunki techniczne

Uczestnicy otrzymają zaświadczenie o ukończeniu szkolenia pod warunkiem uczestnictwa w usłudze na poziomie co najmniej 80%

Uczestnicy przyjmują do wiadomości, że usługa może być poddana monitoringowi z ramienia Operatora lub PARP i wyrażają na to zgodę.

1 godzina usługi to 60 minut przerwy są wliczone w czas szkolenia.

## Kontakt



**Sylwia Ason**

**E-mail** [sylwia.ason@gmail.com](mailto:sylwia.ason@gmail.com)

**Telefon** (+48) 729 835 005