

Planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych (content marketing)

Numer usługi 2024/12/13/120895/2461860

5 850,00 PLN

brutto

5 850,00 PLN

netto

146,25 PLN

brutto/h

146,25 PLN

netto/h

Koszalin / stacjonarna

Usługa szkoleniowa

40 h

10.01.2025 do 28.02.2025

Informacje podstawowe

- Kategoria
Biznes / Marketing
- Sposób dofinansowania
wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
- Grupa docelowa usługi

Grupę docelową usługi stanowią wszystkie osoby pragnące uzyskać kwalifikację Planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych (content marketing), a w szczególności specjaliści ds. marketingu, public relations, mediów społecznościowych. Specjaliści do spraw komunikacji wewnętrznej (pracownicy działów HR)

- Minimalna liczba uczestników
3
- Maksymalna liczba uczestników
21
- Data zakończenia rekrutacji
09-01-2025
- Forma prowadzenia usługi
stacjonarna
- Liczba godzin usługi
40
- Podstawa uzyskania wpisu do BUR
Certyfikat systemu zarządzania jakością wg. ISO 9001:2015 (PN-EN ISO 9001:2015) - w zakresie usług szkoleniowych

Cel

Cel edukacyjny

Osoba posiadająca kwalifikację "Planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych (content marketing)" jest gotowa do samodzielnego podejmowania działań związanych z tworzeniem i wdrażaniem strategii content marketingowych, produkcji różnorodnych treści oraz ich efektywnej dystrybucji w celu osiągnięcia celów biznesowych. Przygotowuje i dystrybuuje treści marketingowe oraz jest przygotowana do samodzielnego prowadzenia projektów content marketingowych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Efekty uczenia się Analizuje strategię marketingową przedsiębiorstwa	Kryteria weryfikacji omawia dostępne działania marketingowe służące przygotowaniu treści marketingowych	Metoda walidacji Test teoretyczny
	Kryteria weryfikacji 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	Metoda walidacji Obserwacja w warunkach symulowanych
	Kryteria weryfikacji charakteryzuje działania marketingowe podejmowane w przedsiębiorstwach o zbliżonym profilu działalności	Metoda walidacji Test teoretyczny
	Kryteria weryfikacji sporządza prezentację dotyczącą strategii marketingowej przedsiębiorstwa	Metoda walidacji Test teoretyczny Obserwacja w warunkach symulowanych
Efekty uczenia się Planuje działania związane z opracowaniem i dystrybucją treści marketingowych	Kryteria weryfikacji rozpoznaje i charakteryzuje potrzeby przedsiębiorstwa np. na podstawie przeprowadzonego wywiadu	Metoda walidacji Test teoretyczny
	Kryteria weryfikacji identyfikuje docelowe grupy odbiorców treści marketingowych	Metoda walidacji Test teoretyczny
	Kryteria weryfikacji określa cele działań w zakresie treści marketingowych i wskaźniki ich realizacji	Metoda walidacji Test teoretyczny
	Kryteria weryfikacji charakteryzuje kanały dystrybucji treści marketingowych	Metoda walidacji Test teoretyczny
	Kryteria weryfikacji dobiera kanały dystrybucji do grup odbiorców oraz rodzaju treści marketingowych	Metoda walidacji Obserwacja w warunkach symulowanych
	Kryteria weryfikacji wyszukuje tematy do tworzenia treści marketingowych	Metoda walidacji Test teoretyczny
	Kryteria weryfikacji omawia zasady tworzenia treści marketingowych w zależności od kanału dystrybucji i grupy docelowej (z uwzględnieniem słów kluczowych, rodzajów treści multimedialnych, atrakcyjności i perswazyjności przekazu)	Metoda walidacji Test teoretyczny
	Kryteria weryfikacji omawia przepisy prawa autorskiego i RODO w zakresie korzystania z utworu	Metoda walidacji Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Efekty uczenia się Redaguje tekst dostosowany do kanału dystrybucji	Kryteria weryfikacji planuje wykorzystanie innych zasobów do tworzenia treści marketingowych (z zewnątrz i wewnątrz przedsiębiorstwa)	Metoda walidacji Test teoretyczny
	Kryteria weryfikacji tworzy harmonogram oraz określa zadania zespołu, tworzy budżet opracowania i dystrybucji treści marketingowych, sporządza plan działań związanych z treściami marketingowymi.	Metoda walidacji Obserwacja w warunkach symulowanych
	Kryteria weryfikacji rozróżnia rodzaje/gatunki tekstów tworzonych dla wybranych kanałów dystrybucji	Metoda walidacji Test teoretyczny
	Kryteria weryfikacji sporządza tekst odpowiedni do kanału dystrybucji na podstawie tekstu źródłowego	Metoda walidacji Test teoretyczny
	Kryteria weryfikacji optymalizuje treści dla potrzeb marketingu w wyszukiwarkach (SEM, SEO, PPC)	Metoda walidacji Obserwacja w warunkach symulowanych
	Kryteria weryfikacji omawia zasady przygotowania treści zgodnie z obowiązującym standardem WCAG	Metoda walidacji Test teoretyczny
	Kryteria weryfikacji rozróżnia rodzaje materiałów graficznych	Metoda walidacji Test teoretyczny
	Kryteria weryfikacji wymienia źródła materiałów graficznych	Metoda walidacji Test teoretyczny
	Kryteria weryfikacji charakteryzuje formaty plików graficznych	Metoda walidacji Test teoretyczny
	Kryteria weryfikacji tworzy scenariusz sesji zdjęciowej	Metoda walidacji Obserwacja w warunkach symulowanych
Efekty uczenia się Opracowuje materiały graficzne	Kryteria weryfikacji wykonuje zdjęcia zgodnie z zasadami kompozycji	Metoda walidacji Obserwacja w warunkach symulowanych
	Kryteria weryfikacji stosuje programy i aplikacje do obróbki zdjęć (kadruje, dodaje napisy, stosuje filtry graficzne)	Metoda walidacji Test teoretyczny
	Kryteria weryfikacji dostosowuje plik graficzny do kanału dystrybucji	Metoda walidacji Obserwacja w warunkach symulowanych
	Kryteria weryfikacji przygotowuje wytyczne dla grafika komputerowego	Metoda walidacji Wywiad ustrukturyzowany
Efekty uczenia się Opracowuje materiały audiowizualne	Kryteria weryfikacji rozróżnia rodzaje/gatunki materiałów audiowizualnych	Metoda walidacji Test teoretyczny
	Kryteria weryfikacji określa cel materiału audiowizualnego	Metoda walidacji Test teoretyczny
	Kryteria weryfikacji tworzy scenariusz materiału audiowizualnego	Metoda walidacji Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Efekty uczenia się Publikuje treści marketingowe	Kryteria weryfikacji przygotowuje wytyczne dla wykonawcy materiału audiowizualnego	Metoda walidacji Obserwacja w warunkach symulowanych
	Kryteria weryfikacji omawia zasady przygotowania materiałów audiowizualnych zgodnie z obowiązującym standardem WCAG	Metoda walidacji Test teoretyczny
	Kryteria weryfikacji tworzy proste strony internetowe (w tym tzw. landing pages)	Metoda walidacji Obserwacja w warunkach symulowanych
	Kryteria weryfikacji omawia znaczniki HTML oraz CSS według standardu W3C	Metoda walidacji Test teoretyczny
	Kryteria weryfikacji wymienia systemy zarządzania treścią (CMS) oraz sprzedażowe (e-commerce)	Metoda walidacji Test teoretyczny
	Kryteria weryfikacji wprowadza treści do systemów zarządzania treścią (CMS) oraz sprzedażowych (e-commerce)	Metoda walidacji Obserwacja w warunkach symulowanych
	Kryteria weryfikacji omawia proces automatyzacji marketingu	Metoda walidacji Test teoretyczny
Efekty uczenia się Monitoruje efekty wdrożenia treści marketingowych	Kryteria weryfikacji rozdziela programy do monitorowania ruchu w internecie	Metoda walidacji Test teoretyczny
	Kryteria weryfikacji dobiera narzędzie do monitorowania ruchu w internecie do kanału dystrybucji	Metoda walidacji Obserwacja w warunkach symulowanych
	Kryteria weryfikacji charakteryzuje narzędzia umożliwiające przeszukiwanie mediów społecznościowych	Metoda walidacji Test teoretyczny
	Kryteria weryfikacji analizuje i ocenia treści pod kątem zaangażowania użytkowników	Metoda walidacji Obserwacja w warunkach symulowanych
	Kryteria weryfikacji omawia sposoby optymalizacji treści marketingowych (dobór narzędzi dystrybucji, zmiana treści, grafik, materiałów audiowizualnych)	Metoda walidacji Test teoretyczny

Kwalifikacje

Kwalifikacje zarejestrowane w Zintegrowanym Rejestrze Kwalifikacji

- Kwalifikacje
Planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych (content marketing)
- Kod kwalifikacji w Zintegrowanym Rejestrze Kwalifikacji
12629
- Nazwa/Kategoria Podmiotu prowadzącego walidację
IQ CONSULTING SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ

- Podmiot prowadzący walidację jest zarejestrowany w BUR
Tak
- Nazwa/Kategoria Podmiotu certyfikującego
IQ CONSULTING SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ
- Podmiot certyfikujący jest zarejestrowany w BUR
Tak

Inne kwalifikacje

Uznane kwalifikacje

Pytanie 1. Czy wydany dokument jest potwierdzeniem uzyskania kwalifikacji w zawodzie?

Tak

Pytanie 2. Czy dokument został wydany przez organy władz publicznych lub samorządów zawodowych na podstawie ustawy lub rozporządzenia?

Tak

Pytanie 3. Czy dokument potwierdza uprawnienia do wykonywania zawodu na danym stanowisku (tzw. uprawnienia stanowiskowe) i jest wydawany po przeprowadzeniu walidacji?

Tak

Pytanie 5. Czy dokument jest certyfikatem, dla którego wypracowano system walidacji i certyfikowania efektów uczenia się na poziomie międzynarodowym?

Tak

Informacje

- Podstawa prawna dla Podmiotów / kategorii Podmiotów
uprawnione do realizacji procesów walidacji i certyfikowania na mocy innych przepisów prawa
- Nazwa/Kategoria Podmiotu prowadzącego walidację
IQ CONSULTING SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ
- Podmiot prowadzący walidację jest zarejestrowany w BUR
Tak
- Nazwa/Kategoria Podmiotu certyfikującego
IQ CONSULTING SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ
- Podmiot certyfikujący jest zarejestrowany w BUR
Tak

Program

Dzień 1. Planowanie wykorzystania treści marketingowych w strategii marketingowej przedsiębiorstwa.

1.Wprowadzenie do strategii marketingowej

Uczestnicy zapoznają się z definicją strategii marketingowej i jej rolą w budowaniu pozycji rynkowej przedsiębiorstwa. Omówione zostaną różne działania marketingowe (m.in. kampanie online, prowadzenie blogów, media społecznościowe, czy materiały drukowane), które wspierają przygotowanie efektywnych treści.

2.Analiza narzędzi marketingowych

W tej części szkolenia omówione zostaną popularne narzędzia wykorzystywane w marketingu, takie jak strony internetowe (wraz z optymalizacją SEO i strukturą treści), media społecznościowe (Facebook, Instagram, LinkedIn), blogi oraz materiały drukowane. Uczestnicy oceniają skuteczność treści publikowanych w tych kanałach.

3.Analiza działań konkurencji

Przeanalizowane zostaną przykłady działań marketingowych firm o podobnym profilu działalności. Uczestnicy dowiedzą się, jak sprawdzać efektywność narzędzi i kanałów wykorzystywanych przez konkurencję, co umożliwi im lepsze zrozumienie rynku i wyciąganie wniosków z praktyk konkurencyjnych.

4.Kryteria sukcesu treści marketingowych

Omówione zostaną wskaźniki efektywności treści marketingowych, takie jak liczba odwiedzin, współczynnik konwersji, zaangażowanie użytkowników oraz pozycjonowanie w wyszukiwarkach. Uczestnicy poznają sposoby mierzenia sukcesu działań marketingowych.

5.Indywidualna analiza strategii marketingowej

Uczestnicy dokonają analizy strategii marketingowej wybranego przez siebie przedsiębiorstwa, koncentrując się na stosowanych narzędziach i treściach marketingowych. Dokonają oceny efektywności dotychczasowych działań, uwzględniając treści publikowane na stronie internetowej, w mediach społecznościowych oraz na blogach.

6.Porównanie działań konkurencji

Na zakończenie uczestnicy przeprowadzą porównanie swoich analiz z przykładami działań marketingowych konkurencji, co pozwoli im na wyciągnięcie wniosków i identyfikację obszarów do optymalizacji w strategii marketingowej własnych przedsiębiorstw.

7.Tworzenie harmonogramu działań i budżetu:

Ostatnim punktem dnia będzie tworzenie planu harmonogramu działań marketingowych wraz z budżetem, co stanowi praktyczne podsumowanie zdobytej wiedzy. Uczestnicy przygotowują wstępny harmonogram, który będzie wspierał osiągnięcie celów marketingowych.

Dzień 2. Planowanie i tworzenie treści marketingowych.

1.Redagowanie tekstów marketingowych

W tej części uczestnicy dowiedzą się o różnych typach tekstów marketingowych, takich jak posty do mediów społecznościowych, artykuły blogowe czy opisy produktów. Omówione zostaną zasady dopasowania stylu i formy tekstu do specyfiki kanału dystrybucji (np. media społecznościowe vs strona internetowa) oraz podstawy optymalizacji pod kątem SEO, SEM i PPC. Uczestnicy zapoznają się także z wymaganiami dostępności treści, zgodnie ze standardem WCAG.

2.Opracowanie materiałów graficznych

Uczestnicy poznają różne rodzaje materiałów graficznych, takie jak zdjęcia, infografiki oraz ilustracje, i dowiedzą się, z jakich źródeł można je pozyskać (bazy zdjęć, własne zasoby, tworzenie grafik od podstaw). Omówione zostaną również podstawowe formaty plików graficznych (JPEG, PNG, SVG) oraz ich zastosowanie, a także podstawowe zasady kompozycji zdjęć i tworzenia scenariuszy do sesji zdjęciowych.

3.Opracowanie materiałów audiowizualnych

W tej części uczestnicy zapoznają się z różnymi rodzajami treści audiowizualnych, takimi jak filmy promocyjne, tutoriale czy podcasty, i dowiedzą się, jakie cele mogą realizować te treści (budowanie zaangażowania, edukacja, prezentacja produktów). Omówione zostaną zasady tworzenia scenariuszy oraz wytycznych dla wykonawców, a także wymogi dostępności treści audiowizualnych zgodnie ze standardem WCAG.

4.Tworzenie tekstów marketingowych (zadanie indywidualne)

Uczestnicy redagują własny tekst marketingowy dostosowany do wybranego kanału, na przykład postu na media społecznościowe lub opisu produktu na stronę internetową. Następnie dokonują optymalizacji

stworzonego tekstu pod kątem SEO, z uwzględnieniem doboru słów kluczowych, nagłówków i długości tekstu.

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). Praktycznie stosują narzędzia do edycji grafiki, wykonując kadrowanie, dodawanie napisów oraz stosowanie filtrów.

6.Tworzenie prostego materiału audiowizualnego (zadanie indywidualne)

Uczestnicy opracowują scenariusz krótkiego filmu promocyjnego lub tutorialu, uwzględniając cele materiału i wytyczne WCAG. Następnie przygotowują wytyczne do realizacji materiału audiowizualnego, obejmujące koncepcję, treść oraz sposób realizacji.

Dzień 3. Dystrybuowanie treści marketingowych.

1.Publikacja treści marketingowych:

Dzień rozpocznie się od wprowadzenia do podstaw tworzenia prostych stron internetowych, takich jak landing pages, z naciskiem na wykorzystanie znaczników HTML i CSS zgodnie ze standardami W3C. Przegląd systemów zarządzania treścią (CMS) i platform e-commerce, takich jak WordPress czy Shopify, ułatwi zrozumienie możliwości publikacji treści. Dodatkowo uczestnicy zapoznają się z narzędziami automatyzacji marketingu, takimi jak Mailchimp czy HubSpot, które wspierają automatyczne zarządzanie i dystrybucję treści.

2.Monitorowanie efektów treści marketingowych:

Uczestnicy poznają programy do monitorowania ruchu na stronie, takie jak Google Analytics i Matomo, oraz narzędzia do śledzenia zaangażowania w mediach społecznościowych (np. Hootsuite, Brand24). Będą mieli okazję zrozumieć, jak oceniać efektywność treści pod kątem wskaźników zaangażowania, takich jak liczba kliknięć, czas spędzony na stronie czy interakcje.

3.Optymalizacja treści:

Szkolenie obejmuje przegląd strategii optymalizacji treści. Uczestnicy dowiedzą się, jak poprawiać efektywność treści poprzez zmiany w grafice, tekstach oraz materiałach audiowizualnych. Poznają także zasady doboru kanałów dystrybucji w zależności od wyników analizy zaangażowania użytkowników.

4.Publikacja treści marketingowych (Zadanie indywidualne):

W tej części dnia uczestnicy przystąpią do zadania praktycznego, polegającego na stworzeniu prostej strony typu landing page przy użyciu wybranego narzędzia CMS. Będą wprowadzać i formatować treści za pomocą podstaw HTML i CSS, co pozwoli im lepiej zrozumieć proces publikacji i dostosowania treści.

5.Monitorowanie i analiza efektów (Zadanie indywidualne):

Kolejnym zadaniem będzie nauka korzystania z narzędzi do monitorowania ruchu na stronie (np. Google Analytics). Uczestnicy przeanalizują dane dotyczące źródła ruchu oraz zaangażowania użytkowników, a także nauczą się interpretować wyniki w kontekście popularności poszczególnych stron.

6.Optymalizacja treści na podstawie danych (Zadanie indywidualne):

W ostatniej części dnia uczestnicy zastosują zdobytą wiedzę, wprowadzając zmiany w treściach marketingowych w oparciu o wyniki monitorowania. Przeanalizują wyniki oraz podejmą decyzje dotyczące modyfikacji w treści, grafice i kanałach dystrybucji, dostosowując je do wyników analizy, co pozwoli na zwiększenie efektywności działań marketingowych.

Podsumowanie dnia:

Uczestnicy podsumują zdobytą wiedzę i przeanalizują, jakie działania optymalizacyjne mogą wprowadzić w swoich strategiach dystrybucji treści, aby skuteczniej angażować odbiorców i osiągać założone cele marketingowe.

Walidacji kwalifikacji ZSK "Planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych (content marketing)" składa się z dwóch części: egzaminu teoretycznego oraz praktycznego.

Dzień 4. Walidacja teoretyczna oraz praktyczna, certyfikacja Gr 1.10osób

Dzień 5. Walidacja teoretyczna oraz praktyczna, certyfikacja Gr2 . 11 osób

Egzamin teoretyczny sprawdza wiedzę uczestnika we wszystkich efektach i większości kryteriów uczenia się, jakie są wymagane dla tej kwalifikacji. Uczestnicy odpowiadają na pytania zamknięte, które oceniają ich wiedzę w zakresie planowania, tworzenia i dystrybucji treści marketingowych. Każdy z uczestników ma 120minut na rozwiązanie testu składającego się wyłącznie z pytań zamkniętych, jednokrotnego wyboru.

Po zweryfikowaniu zadań z części teoretycznej może nastąpić dopytanie przez komisję uczestników którzy wykazali niewielkie braki w wiedzy z testu ujęte w kluczu oceny części teoretycznej. Po zakończeniu weryfikacji części teoretycznej uczestnicy przechodzą do zadań w części praktycznej.

Część praktyczna egzaminu weryfikuje umiejętności kandydata w zakresie planowania, tworzenia i realizacji zadań marketingowych.

Kandydaci muszą wykazać się zdolnością do tworzenia, optymalizowania oraz dystrybucji treści marketingowych z wykorzystaniem narzędzi i technik content marketingu.

Egzamin praktyczny obejmuje każdy z efektów uczenia się w strategicznie wybranych kryteriach, które wymagają zastosowania wiedzy w konkretnych zadaniach, odzwierciedlających rzeczywiste sytuacje zawodowe. Zadania praktyczne obejmują:

- - Analizę narzędzi marketingowych
 - Prezentacja strategii marketingowej
 - Plan działań marketingowych
 - Charakteryzacja kanałów dystrybucji
 - Redagowanie tekstu marketingowego
 - Obróbka materiałów
 - Scenariusz materiału audiowizualnego
 - Analiza wskaźników
 - Landing page, CTA

Zadania wykonywane są w ściśle określonej kolejności wyznaczonej przez komisję. Uczestnik dostaje zadanie z określonym czasem na jego wykonanie, a następnie w określonym czasie omawia/prezentuje je przed komisją walidacyjną.

Ocena każdego z uczestników jest zapisywana na karcie obserwacji osobno sprecyzowanej do każdego z zadań. Karta obserwacji stanowi narzędzie oceny w części praktycznej.

Czas przeznaczony na realizację zadań praktycznych wynosi 120 minut, z dodatkowym czasem na omówienie wyników przed komisją.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 7

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 7 Dzień 1. Planowanie wykorzystania treści marketingowych w strategii marketingowej przedsiębiorstwa	Paweł Michta	10-01-2025	07:00	15:30	08:30
2 z 7 Dzień 2. Planowanie i tworzenie treści marketingowych.	Paweł Michta	17-01-2025	07:00	15:30	08:30
3 z 7 Dzień 3. Dystrybuowanie treści marketingowych.	Paweł Michta	24-01-2025	07:00	15:30	08:30
4 z 7 Walidacja grupa I	-	07-02-2025	07:00	12:00	05:00
5 z 7 Walidacja grupa I	-	07-02-2025	12:00	14:00	02:00
6 z 7 Walidacja Grupa II	-	28-02-2025	07:00	12:00	05:00
7 z 7 Walidacja Grupa II	-	28-02-2025	12:00	14:00	02:00

Cennik

Cennik

- Rodzaj ceny
Cena
- Koszt usługi brutto
5 850,00 PLN
- Koszt usługi netto
5 850,00 PLN
- Koszt godziny brutto
146,25 PLN
- Koszt godziny netto
146,25 PLN
- W tym koszt walidacji brutto
750,00 PLN
- W tym koszt walidacji netto
750,00 PLN
- W tym koszt certyfikowania brutto
750,00 PLN
- W tym koszt certyfikowania netto
750,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1
1 z 1

Paweł Michta

Jestem marketingowcem, rekrutem, szkoleniowcem, managerem. Współtworzę projekt Network Intelligence i wspieram wiele innych przedsięwzięć biznesowych. Pozyskuje kontrakty, rekrutuje i organizuje prace. Szkole kadry zarządzające, marketerów i sprzedawców. Tworzę i realizuję strategie oraz plany. Pomagam ludziom znaleźć wartości w każdym przedsięwzięciu. Stworzyłem kilkanaście brandów i napisałem kilka

tysięcy ofert, które doprowadziły do kilkuset spotkań zakończonych sprzedażą. Zrekrutowałem ponad 300 osób. Content media: Opracowałem pod kątem ekonomicznym i prawnym oferty usług, oraz proces wdrożenia klienta i jego obsługi. Zbudowałem zespół pracowników i ekspertów. Opracowałem system komunikacji i procedury realizacji usług.

Pozyskałem 36 stałych klientów, sprzedałem 57 stron internetowych i 18 strategii. Przygotowałem strategię sprzedażową i odpowiadałem za jej realizację.

Prowadziłem zespół handlowy i relacje z pośrednikami sprzedaży.

Zrealizowałem z zespołem ponad 120 projektów, kampanie reklamowe online i offline, spoty reklamowe, branding i inne projekty graficzne.

Prowadziłem negocjacje zakończone pozyskaniem klientów przy zachowaniu prawidłowego poziomu marży.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy szkolenia otrzymają materiały dydaktyczne w formie papierowej przygotowane w oparciu o tematykę szkolenia oraz zgodnie z wymaganiami prawnymi określonymi w prawie polskim oraz UE oraz bogato ilustrowany skrypt podsumowujący wiedzę zdobytą na szkoleniu.

Warunki uczestnictwa

Ukończone 18 lat.

Warunkiem przystąpienia do egzaminu z certyfikatem ZSK jest uczestnictwo w co najmniej 80% zajęć w formie stacjonarnej.

Informacje dodatkowe

Komisja walidacyjna składająca się z 2 egzaminatorów jednocześnie (Paweł Małanecz oraz Marek Wendreński), którzy przeprowadzą część teoretyczną i praktyczną egzaminu.

W procesie weryfikacji biorą udział: operator systemu egzaminacyjnego, który organizuje zaplecze techniczne do przeprowadzenia weryfikacji i nadzoruje przebieg testu; komisja weryfikacyjna, składająca się z 2 egzaminatorów, którzy przeprowadzą część praktyczną egzaminu. Osoba będąca egzaminatorem może być jednocześnie operatorem systemu egzaminacyjnego.

Egzamin teoretyczny przeprowadzany jest z wykorzystaniem elektronicznego systemu egzaminacyjnego. Szkolenie prowadzone będzie w formie warsztatowej, zakładającej aktywny udział uczestników i przeprowadzenie ćwiczeń praktycznych.

Do zadań praktycznych wykorzystane zostaną takie narzędzia (programy) jak: Canva i Cap Cut.

Adres

ul. Bojowników o Wolność i Demokrację 9K
75-209 Koszalin
woj. zachodniopomorskie

Walidacja i Certyfikacja będzie odbywać się na ul. Adama Mickiewicza 24 lok 21-25. 75-004 Koszalin

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Wi-fi

Kontakt

Justyna Bilewicz

E-mail

justyna.bilewicz@iq-consulting.pl

Telefon

(+48) 790 411 403