

Fundacja EDU
ACTIVE**Planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych (content marketing)**

Numer usługi 2025/03/06/162797/2602549

📍 Sokołów Małopolski / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 40 h

📅 11.06.2025 do 01.07.2025

5 600,00 PLN brutto

5 600,00 PLN netto

140,00 PLN brutto/h

140,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Sposób dofinansowania	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Kurs skierowany jest dla: - specjalistów ds. marketingu, - osób zajmujących się blogiem internetowym, - administratorów stron WWW, - osób chcących podnieść swoje kwalifikacje w dziedzinie marketingu
Minimalna liczba uczestników	2
Maksymalna liczba uczestników	12
Data zakończenia rekrutacji	10-06-2025
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	40
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Znak Jakości TGLS Quality Alliance

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
Analizuje strategię marketingową przedsiębiorstwa	• 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	Test teoretyczny Obserwacja w warunkach symulowanych Analiza dowodów i deklaracji
	• rozpoznaje i charakteryzuje potrzeby przedsiębiorstwa • 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 • wyszukuje tematy do tworzenia treści marketingowych • omawia zasady tworzenia treści marketingowych • omawia przepisy prawa autorskiego i RODO w zakresie korzystania z utworu • planuje wykorzystanie innych zasobów do tworzenia treści marketingowych • tworzy harmonogram oraz określa zadania zespołu • tworzy budżet opracowania i dystrybucji treści marketingowych • sporządza plan działań związanych z treściami marketingowymi	Wywiad ustrukturyzowany Test teoretyczny
Planuje działania związane z opracowaniem i dystrybucją treści marketingowych		Obserwacja w warunkach symulowanych
		Analiza dowodów i deklaracji Wywiad ustrukturyzowany

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Redaguje tekst dostosowany do kanału dystrybucji. Opracowuje materiały graficzne	• rozróżnia 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 • 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
		Obserwacja w warunkach symulowanych
		Analiza dowodów i deklaracji
		Wywiad ustrukturyzowany
Opracowuje materiały audiowizualne	• 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	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
		Analiza dowodów i deklaracji
		Wywiad ustrukturyzowany

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 stronę internetową).

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 (konceptcja, 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: 25

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 25 Moduł 1: Planowanie wykorzystania treści marketingowych w strategii marketingowej przedsiębiorstwa	Paweł Łuszczak	11-06-2025	09:30	11:00	01:30
2 z 25 przerwa	Paweł Łuszczak	11-06-2025	11:00	11:15	00:15
3 z 25 Moduł 1: Planowanie wykorzystania treści marketingowych w strategii marketingowej przedsiębiorstwa	Paweł Łuszczak	11-06-2025	11:15	13:30	02:15
4 z 25 Moduł 1: Planowanie wykorzystania treści marketingowych w strategii marketingowej przedsiębiorstwa	Paweł Łuszczak	12-06-2025	09:30	11:00	01:30
5 z 25 przerwa	Paweł Łuszczak	12-06-2025	11:00	11:15	00:15
6 z 25 Moduł 1: Planowanie wykorzystania treści marketingowych w strategii marketingowej przedsiębiorstwa	Paweł Łuszczak	12-06-2025	11:15	13:30	02:15
7 z 25 Moduł 2: Przygotowywanie treści marketingowych	Paweł Łuszczak	17-06-2025	09:30	11:00	01:30
8 z 25 przerwa	Paweł Łuszczak	17-06-2025	11:00	11:15	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
9 z 25 Moduł 2: Przygotowywanie treści marketingowych	Paweł Łuszczak	17-06-2025	11:15	13:30	02:15
10 z 25 Moduł 2: Przygotowywanie treści marketingowych	Paweł Łuszczak	18-06-2025	09:30	11:00	01:30
11 z 25 przerwa	Paweł Łuszczak	18-06-2025	11:00	11:15	00:15
12 z 25 Moduł 2: Przygotowywanie treści marketingowych	Paweł Łuszczak	18-06-2025	11:15	13:30	02:15
13 z 25 Moduł 2: Przygotowywanie treści marketingowych	Paweł Łuszczak	24-06-2025	09:30	11:00	01:30
14 z 25 przerwa	Paweł Łuszczak	24-06-2025	11:00	11:15	00:15
15 z 25 Moduł 2: Przygotowywanie treści marketingowych	Paweł Łuszczak	24-06-2025	11:15	13:30	02:15
16 z 25 Moduł 3: Dystrybuowanie treści marketingowych	Paweł Łuszczak	25-06-2025	09:30	11:00	01:30
17 z 25 przerwa	Paweł Łuszczak	25-06-2025	11:00	11:15	00:15
18 z 25 Moduł 3: Dystrybuowanie treści marketingowych	Paweł Łuszczak	25-06-2025	11:15	13:30	02:15
19 z 25 Moduł 3: Dystrybuowanie treści marketingowych	Paweł Łuszczak	26-06-2025	09:30	11:00	01:30
20 z 25 przerwa	Paweł Łuszczak	26-06-2025	11:00	11:15	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
21 z 25 Moduł 3: Dystrybuowanie treści marketingowych	Paweł Łuszczak	26-06-2025	11:15	13:30	02:15
22 z 25 Moduł 3: Dystrybuowanie treści marketingowych	Paweł Łuszczak	01-07-2025	09:30	11:00	01:30
23 z 25 przerwa	Paweł Łuszczak	01-07-2025	11:00	11:15	00:15
24 z 25 Moduł 3: Dystrybuowanie treści marketingowych	Paweł Łuszczak	01-07-2025	11:15	13:30	02:15
25 z 25 egzamin zewnętrzny	-	01-07-2025	13:30	15:30	02:00

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

Paweł Łuszczak

Paweł Łuszczak to ambitny i zaangażowany trener komputerowy z solidnym zapleczem technicznym. Ukończył technikum informatyczne, a obecnie kontynuuje naukę na studiach wyższych na kierunku związanym z informatyką, stale poszerzając swoją wiedzę i umiejętności w tej dynamicznie rozwijającej się dziedzinie.

Swoje doświadczenie praktyczne zdobywał już podczas nauki, prowadząc szkolenia dla osób dorosłych i osób z niepełnosprawnościami. Specjalizuje się w nauczaniu obsługi komputera, pakietu Microsoft Office oraz Canvy – narzędzia do tworzenia materiałów graficznych. Dzięki cierpliwości, empatii i umiejętności dostosowania stylu nauczania do indywidualnych potrzeb uczestników, jego szkolenia cieszą się dużym uznaniem.

Od ponad roku prowadzi również kursy z zakresu content marketingu, łącząc wiedzę techniczną z umiejętnością skutecznego tworzenia i promowania treści w internecie. Jego pasją jest przekazywanie wiedzy w sposób przystępny, praktyczny i motywujący, co czyni go wartościowym wsparciem zarówno dla początkujących, jak i bardziej zaawansowanych użytkowników.

Paweł to trener, który nie tylko zna się na technologii, ale potrafi ją skutecznie tłumaczyć innym.

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. Rzeszowska 31
36-050 Sokołów Małopolski
woj. podkarpackie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

- Laboratorium komputerowe

Kontakt



Patrycja Konsor

E-mail szkolenia@edu-active.pl

Telefon (+48) 531 733 096