



IQ CONSULTING
SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚĆ
CIĄ



Planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych (content marketing)

Numer usługi 2025/04/28/120895/2714518

📍 Tychy / stacjonarna
🏠 Usługa szkoleniowa
🕒 32 h
📅 24.05.2025 do 31.05.2025

5 250,00 PLN brutto
5 250,00 PLN netto
164,06 PLN brutto/h
164,06 PLN netto/h

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	23-05-2025
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	32
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
Analizuje strategię marketingową przedsiębiorstwa	omawia dostępne działania marketingowe służące przygotowaniu treści marketingowych	Test teoretyczny
	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	Obserwacja w warunkach symulowanych
	charakteryzuje działania marketingowe podejmowane w. przedsiębiorstwach o zbliżonym profilu działalności	Test teoretyczny
	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	Test teoretyczny
	określa cele działań w zakresie treści marketingowych i wskaźniki ich realizacji	Test teoretyczny
	charakteryzuje kanały dystrybucji treści marketingowych	Test teoretyczny
	dobiera kanały dystrybucji do grup odbiorców oraz rodzaju treści marketingowych	Obserwacja w warunkach symulowanych
	wyszukuje tematy do tworzenia treści marketingowych	Test teoretyczny
	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	Test teoretyczny
	planuje wykorzystanie innych zasobów do tworzenia treści marketingowych (z zewnątrz i wewnątrz przedsiębiorstwa)	Test teoretyczny
	tworzy harmonogram oraz określa zadania zespołu, tworzy budżet opracowania i dystrybucji treści marketingowych, sporządza plan działań związanych z treściami marketingowymi.	Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Redaguje tekst dostosowany do kanału dystrybucji	rozdziela rodzaje/gatunki tekstów tworzonych dla wybranych kanałów dystrybucji	Test teoretyczny
	sporządza tekst odpowiedni do kanału dystrybucji na podstawie tekstu źródłowego	Test teoretyczny
	optymalizuje treści dla potrzeb marketingu w wyszukiwarkach (SEM, SEO, PPC)	Obserwacja w warunkach symulowanych
	omawia zasady przygotowania treści zgodnie z obowiązującym standardem WCAG	Test teoretyczny
Opracowuje materiały graficzne	rozdziela rodzaje materiałów graficznych	Test teoretyczny
	wymienia źródła materiałów graficznych	Test teoretyczny
	charakteryzuje formaty plików graficznych	Test teoretyczny
	tworzy scenariusz sesji zdjęciowej	Obserwacja w warunkach symulowanych
	wykonuje zdjęcia zgodnie z zasadami kompozycji	Obserwacja w warunkach symulowanych
	stosuje programy i aplikacje do obróbki zdjęć (kadruje, dodaje napisy, stosuje filtry graficzne)	Test teoretyczny
	dostosowuje plik graficzny do kanału dystrybucji	Obserwacja w warunkach symulowanych
	przygotowuje wytyczne dla grafika komputerowego	Wywiad ustrukturyzowany

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

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.

-Walidacja teoretyczna oraz praktyczna, certyfikacja

-Walidacja teoretyczna oraz praktyczna, certyfikacja

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: 3

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 3 Dzień 1. Planowanie wykorzystania treści marketingowych w strategii marketingowej	Marek Wendreński	24-05-2025	08:00	16:00	08:00
2 z 3 Dzień 2. Planowanie i tworzenie treści marketingowych.	Marek Wendreński	25-05-2025	08:00	16:00	08:00
3 z 3 Walidacja szkolenia	-	31-05-2025	08:00	16:00	08:00

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 250,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 250,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	164,06 PLN
Koszt osobogodziny netto	164,06 PLN
W tym koszt walidacji brutto	0,00 PLN

W tym koszt walidacji netto	0,00 PLN
W tym koszt certyfikowania brutto	0,00 PLN
W tym koszt certyfikowania netto	0,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Marek Wendreński

Zajmuje się tematyką social media od ponad 10 lat.

Dzięki social mediom zbudował rozpoznawalną markę osobistą, rozwinął biznesy, a teraz przekazuje wiedzę jak inni mogą duplikować najskuteczniejszą strategię działania.

Podczas szkolenia dzięki Markowi dowiesz się:

- Jak zbudować markę od 0
- Jak zwiększyć dwukrotnie ilość klientów w przeciągu 1 miesiąca po szkoleniu
- Jak rozwinąć biznes Beauty w czasie pandemii
- Jak zbudować strategię działania, której nie będzie w stanie skopiować konkurencja
- Jak podglądać konkurencję i wyprzedzić jej działania
- Jak tworzyć jedyne w swoim rodzaju treści oraz kanały przekazu
- Jak szybko się wybić na tle konkurencji
- Jak nawiązać nowe współprace
- Jak trafić do telewizji, radia oraz na 1 strony gazet
- Jak dzięki 1 skryptowi zbudujesz najlepsze oferty w internecie
- Jak zbudować konto na tik toku od 0 do 100 000 obserwujących w kilka miesięcy
- Jak tworzyć kampanie reklamowe wydając ułamek budżetu marketingowego

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 waldacyjna składowa się z egzaminatora (Jakub Mróz), który przeprowadzi 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, składowa się z jednego egzaminatora , który przeprowadzi 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. Towarowa 23
43-100 Tychy
woj. śląskie

Waldacja i Certyfikacja będzie odbywać się na ul. Towarowa 23, Tychy

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Wi-fi

Kontakt



Bartosz Grzywa

E-mail bartosz.grzywa@iq-consulting.pl

Telefon (+48) 723 552 443