



EDU SERVICE

Edu Service
Zdzisław Sikora

★★★★★ 5,0 / 5

372 oceny

Planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych (content marketing) - szkolenie z egzaminem

Numer usługi 2025/10/22/139923/3098030

📍 Rzeszów / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 40 h

📅 02.03.2026 do 27.03.2026

5 800,00 PLN brutto

5 800,00 PLN netto

145,00 PLN brutto/h

145,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Grupę docelową usługi stanowią m.in.:

- specjaliści ds. marketingu, public relations, mediów społecznościowych;
- informatycy, którzy zajmują się tworzeniem zawartości witryn internetowych mediów społecznościowych;
- osoby zajmujące się tworzeniem blogów internetowych;
- Webdeweloperzy;
- administratorzy stron i serwisów WWW;
- fotografowie;
- operatorzy filmowi;
- tłumacze, lingwiści;
- specjaliści do spraw eksportu;
- specjaliści do spraw komunikacji wewnętrznej (pracownicy działów HR);
- copywriterzy;
- osoby powracające na rynek pracy, które mogą świadczyć pracę zdalną,
- redaktorzy, dziennikarze, reporterzy.

Wymagania dotyczące uczestnictwa: Wykształcenie minimum średnie (bez konieczności posiadania świadectwa dojrzałości)

Minimalna liczba uczestników

5

Maksymalna liczba uczestników

16

Data zakończenia rekrutacji	01-03-2026
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	40
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Znak Jakości TGLS Quality Alliance

Cel

Cel edukacyjny

Usługa szkoleniowa „Planowanie, tworzenie i dystrybuowanie ...” przygotowuje uczestników do samodzielnego tworzenia treści marketingowych: tekstowych i multimedialnych (zdjęcia, grafiki, filmy, poradniki, artykuły). Osoba posiadająca tę kwalifikację rozpoznaje i charakteryzuje potrzeby odbiorców, wspiera realizację strategii marketingowej, dystrybuuje przygotowane treści z wykorzystaniem kanałów internetowych oraz posługuje się odpowiednim oprogramowaniem.

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
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	- identyfikuje docelowe grupy odbiorców treści marketingowych	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	- określa cele działań w zakresie treści marketingowych i wskaźniki ich realizacji	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
		Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
		Test teoretyczny
	- charakteryzuje kanały dystrybucji treści marketingowych	Obserwacja w warunkach symulowanych
		Test teoretyczny
	- charakteryzuje kanały dystrybucji treści marketingowych	Obserwacja w warunkach symulowanych
		Test teoretyczny
	- dobiera kanały dystrybucji do grup odbiorców oraz rodzaju treści marketingowych	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	- wyszukuje tematy do tworzenia treści marketingowych, - omawia zasady tworzenia treści marketingowych w zależności od kanału dystrybucji i grupy docelowej (z uwzględnieniem słów kluczowych, rodzajów treści multimedialnych, atrakcyjności i perswazyjności przekazu), - omawia przepisy prawa autorskiego i RODO w zakresie korzystania z utworu	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	- planuje wykorzystanie innych zasobów do tworzenia treści marketingowych (z zewnątrz i wewnątrz przedsiębiorstwa),	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
	- tworzy harmonogram oraz określa zadania zespołu,	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	-tworzy budżet opracowania i dystrybucji treści marketingowych,	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	-sporządza plan działań związanych z treściami marketingowymi	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
Redaguje tekst dostosowany do kanału dystrybucji	-odróżnia rodzaje/gatunki tekstów tworzonych dla wybranych kanałów dystrybucji,	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	-sporządza tekst odpowiedni do kanału dystrybucji na podstawie tekstu źródłowego	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	- optymalizuje treści dla potrzeb marketingu w wyszukiwarkach (SEM, SEO, PPC) omawia zasady przygotowania treści zgodnie z obowiązującym standardem WCAG	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Opracowuje materiały graficzne	- rozróżnia rodzaje materiałów graficznych,	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	- wymienia źródła materiałów graficznych	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	- charakteryzuje formaty plików graficznych,	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
		Test teoretyczny
	- tworzy scenariusz sesji zdjęciowej,	Obserwacja w warunkach symulowanych
		Test teoretyczny
	- wykonuje zdjęcia zgodnie z zasadami kompozycji,	Obserwacja w warunkach symulowanych
		Test teoretyczny
	- stosuje programy i aplikacje do obróbki zdjęć (kadruje, dodaje napisy, stosuje filtry graficzne),	Obserwacja w warunkach symulowanych
		Test teoretyczny
	- dostosowuje plik graficzny do kanału dystrybucji,	Obserwacja w warunkach symulowanych
		Test teoretyczny
	- przygotowuje wytyczne dla grafika komputerowego	Obserwacja w warunkach symulowanych
		Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Opracowuje materiały audiowizualne	- rozróżnia rodzaje/gatunki materiałów audiowizualnych,	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	- określa cel materiału audiowizualnego,	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	- tworzy scenariusz materiału audiowizualnego,	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
		Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
		Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	- przygotowuje wytyczne dla wykonawcy materiału audiowizualnego	
	- omawia zasady przygotowania materiałów audiowizualnych zgodnie z obowiązującym standardem WCAG	

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Publikuje treści marketingowe	- tworzy proste strony internetowe (w tym tzw. landing pages),	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	- omawia znaczniki HTML oraz CSS według standardu W3C,	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	- wymienia systemy zarządzania treścią (CMS) oraz sprzedażowe (e-commerce),	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	- wprowadza treści do systemów zarządzania treścią (CMS) oraz sprzedażowych (e-commerce),	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	- omawia proces automatyzacji marketingu	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Monitoruje efekty wdrożenia treści marketingowych	-rozróżnia programy do monitorowania ruchu w internecie,	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	- dobiera narzędzie do monitorowania ruchu w internecie do kanału dystrybucji,	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	- charakteryzuje narzędzia umożliwiające przeszukiwanie mediów społecznościowych - analizuje i ocenia treści pod kątem zaangażowania użytkowników, - omawia sposoby optymalizacji treści marketingowych (dobór narzędzi dystrybucji, zmiana treści, grafik, materiałów audiowizualnych)	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
		Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
		Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych

Kwalifikacje

Kwalifikacje zarejestrowane w Zintegrowanym Rejestrze Kwalifikacji

Kwalifikacje	Planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych (content marketing)
Kod kwalifikacji w Zintegrowanym Rejestrze Kwalifikacji	12629
Nazwa Podmiotu prowadzącego walidację	Fundacja My Personality Skills
Nazwa Podmiotu certyfikującego	Fundacja My Personality Skills

Program

1. Planowanie wykorzystania treści marketingowych w strategii marketingowej przedsiębiorstwa:

Analizuje strategię marketingową przedsiębiorstwa:

- a) omawia dostępne działania marketingowe służące przygotowaniu treści marketingowych,
- b) 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,
- c) charakteryzuje działania marketingowe podejmowane w przedsiębiorstwach o zbliżonym profilu działalności,
- d) sporządza prezentację dotyczącą strategii marketingowej przedsiębiorstwa.

Planuje działania związane z opracowaniem i dystrybucją treści marketingowych:

- a) rozpoznaje i charakteryzuje potrzeby przedsiębiorstwa np. na podstawie przeprowadzonego wywiadu,
- b) identyfikuje docelowe grupy odbiorców treści marketingowych,
- c) określa cele działań w zakresie treści marketingowych i wskaźniki ich realizacji,
- d) charakteryzuje kanały dystrybucji treści marketingowych,
- e) dobiera kanały dystrybucji do grup odbiorców oraz rodzaju treści marketingowych,
- f) wyszukuje tematy do tworzenia treści marketingowych,
- g) omawia zasady tworzenia treści marketingowych w zależności od kanału dystrybucji i grupy docelowej (z uwzględnieniem słów kluczowych, rodzajów treści multimedialnych, atrakcyjności i perswazyjności przekazu),
- h) omawia przepisy prawa autorskiego i RODO w zakresie korzystania z utworu,
- i) planuje wykorzystanie innych zasobów do tworzenia treści marketingowych (z zewnątrz i wewnątrz przedsiębiorstwa),
- j) tworzy harmonogram oraz określa zadania zespołu,
- k) tworzy budżet opracowania i dystrybucji treści marketingowych,
- l) sporządza plan działań związanych z treściami marketingowymi.

2. Przygotowywanie treści marketingowych:

Redaguje tekst dostosowany do kanału dystrybucji:

- a) rozróżnia rodzaje/gatunki tekstów tworzonych dla wybranych kanałów dystrybucji,
- b) sporządza tekst odpowiedni do kanału dystrybucji na podstawie tekstu źródłowego,
- c) optymalizuje treści dla potrzeb marketingu w wyszukiwarkach (SEM, SEO, PPC),
- d) omawia zasady przygotowania treści zgodnie z obowiązującym standardem WCAG,

Opracowuje materiały graficzne:

- a) rozróżnia rodzaje materiałów graficznych,
- b) wymienia źródła materiałów graficznych,
- c) charakteryzuje formaty plików graficznych,
- d) tworzy scenariusz sesji zdjęciowej,
- e) wykonuje zdjęcia zgodnie z zasadami kompozycji,
- f) stosuje programy i aplikacje do obróbki zdjęć (kadruje, dodaje napisy, stosuje filtry graficzne),
- g) dostosowuje plik graficzny do kanału dystrybucji,
- h) przygotowuje wytyczne dla grafika komputerowego.

Opracowuje materiały audiowizualne:

- a) rozróżnia rodzaje/gatunki materiałów audiowizualnych,

- b) określa cel materiału audiowizualnego,
- c) tworzy scenariusz materiału audiowizualnego,
- d) przygotowuje wytyczne dla wykonawcy materiału audiowizualnego,
- e) omawia zasady przygotowania materiałów audiowizualnych zgodnie z obowiązującym standardem WCAG,

3. Dystrybuowanie treści marketingowych:

Publikuje treści marketingowe:

- a) tworzy proste strony internetowe (w tym tzw. landing pages),
- b) omawia znaczniki HTML oraz CSS według standardu W3C,
- c) wymienia systemy zarządzania treścią (CMS) oraz sprzedażowe (e-commerce),
- d) wprowadza treści do systemów zarządzania treścią (CMS) oraz sprzedażowych (e-commerce),
- e) omawia proces automatyzacji marketingu.

Monitoruje efekty wdrożenia treści marketingowych:

- a) rozróżnia programy do monitorowania ruchu w internecie,
- b) dobiera narzędzie do monitorowania ruchu w internecie do kanału dystrybucji,
- c) charakteryzuje narzędzia umożliwiające przeszukiwanie mediów społecznościowych,
- d) analizuje i ocenia treści pod kątem zaangażowania użytkowników,
- e) omawia sposoby optymalizacji treści marketingowych (dobór narzędzi dystrybucji, zmiana treści, grafik, materiałów audiowizualnych).

Grupę docelową usługi stanowią m.in.:

- specjaliści ds. marketingu, public relations, mediów społecznościowych;
- informatycy, którzy zajmują się tworzeniem zawartości witryn internetowych mediów społecznościowych;
- osoby zajmujące się tworzeniem blogów internetowych;
- Webdeweloperzy;
- administratorzy stron i serwisów WWW;
- fotografowie;
- operatorzy filmowi;
- tłumacze, lingwiści;
- specjaliści do spraw eksportu;
- specjaliści do spraw komunikacji wewnętrznej (pracownicy działów HR);
- copywriterzy;
- osoby powracające na rynek pracy, które mogą świadczyć pracę zdalną,
- redaktorzy, dziennikarze, reporterzy.

Warunki organizacyjne dla przeprowadzenia usługi szkoleniowej:

- a) minimalna liczba Uczestników: 5, maksymalna liczba Uczestników: 16
- b) liczba stanowisk pracy: każdy z Uczestników posiada dostęp do własnego stanowiska komputerowego
- c) wyposażenie stanowiska warsztatowego:
 - komputer wraz z niezbędnym oprogramowaniem oraz dostępem do Internetu

d) wyposażenie sali w której są prowadzone zajęcia warsztatowe:

- samodzielne stanowisko komputerowe dla każdego uczestnika szkolenia

- stoliki, krzesła, itp.

- projektor

Kurs realizowany będzie w formie warsztatowej, zakładającej aktywny udział Uczestników/Uczestniczek wraz z realizacją ćwiczeń praktycznych. Czas trwania szkolenia: 40 godzin dydaktycznych (plus dodatkowo przerwy) obejmuje 20 godz. teoretycznych oraz 20 godz. praktycznych.

Szkolenie realizowane będzie w godzinach dydaktycznych 1 godzina szkoleniowa = 1 godzina dydaktyczna (45 min). Przerwy nie wliczają się w czas trwania usługi. Po każdych 4 godzinach usługi szkoleniowej przypada 30 minut przerwy – w przypadku krótszych zajęć niż 4 godziny dydaktyczne przerwa wynosi minimum 15 min.

Obowiązkowe dla każdego uczestnika jest uczestnictwo w zajęciach (dopuszczalne jest 20% nieobecności). Po zakończeniu usługi szkoleniowej zostanie przeprowadzona zewnętrzna walidacja oraz certyfikacja potwierdzająca nabycie kwalifikacji zawodowych o Kodzie 12629 w Zintegrowanym Rejestrze Kwalifikacji. Zachowana będzie rozdzielność procesów kształcenia i szkolenia od walidacji.

Uczestnicy otrzymają materiały szkoleniowe: notes, długopis, teczka.

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	5 800,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 800,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	145,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	145,00 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: 0

Brak wyników.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymają: notes, długopis, teczkę.

Warunki uczestnictwa

Wymagania dotyczące uczestnictwa: Wykształcenie minimum średnie (bez konieczności posiadania świadectwa dojrzałości).

Nie jest wymagane wylegitymowanie się doświadczeniem.

Informacje dodatkowe

Szkolenie realizowane jest w godzinach dydaktycznych 1 godzina szkoleniowa = 1 godzina dydaktyczna (45 min).

W efekcie ukończenia kursu Uczestnicy uzyskają certyfikat (po uzyskaniu pozytywnego wyniku z walidacji) potwierdzający nabycie kwalifikacji zgodnej z Kodem kwalifikacji 12629 w Zintegrowanym Rejestrze Kwalifikacji

W przypadku kursów dofinansowanych warunkiem uczestnictwa w kursie jest spełnienie warunków przedstawionych przez danego Operatora, do którego składane będą dokumenty o dofinansowanie usługi rozwojowej.

Realizacja usługi rozwojowej jest zgodna ze Standardami dostępności dla polityki spójności 2021 – 2027 oraz zapisami Ustawy z dnia 19 lipca 2019 roku o zapewnieniu dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami. Usługa rozwojowa jest dostępna dla osób ze szczególnymi potrzebami, czyli tych osób, które ze względu na swoje cechy zewnętrzne lub wewnętrzne lub ze względu na okoliczności, w których się znajdują, muszą podjąć dodatkowe działania lub zastosować dodatkowe środki

Adres

ul. Stanisława Wyspiańskiego 2
35-111 Rzeszów
woj. podkarpackie

Kontakt

Zdzisław Sikora



E-mail biuro@edu-service.pl

Telefon (+48) 500 403 218