



FUNDACJA
POLSKIE CENTRUM
ROZWOJU
EDUKACJI

★★★★★ 4,9 / 5

251 ocen

Planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych - content marketing.

Numer usługi 2026/01/28/154103/3289196

📍 Rzeszów / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 50 h

📅 13.04.2026 do 29.05.2026

8 500,00 PLN brutto

8 500,00 PLN netto

170,00 PLN brutto/h

170,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
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	3
Maksymalna liczba uczestników	12
Data zakończenia rekrutacji	12-04-2026
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	50
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
		Wywiad ustrukturyzowany
Planuje działania związane z opracowaniem i dystrybucją treści marketingowych	• charakteryzuje narzędzia wykorzystywane w marketingu bezpośrednim • charakteryzuje zasady funkcjonowania sieci VPN w kontekście bezpiecznego przesyłu informacji w sieciach publicznych, • rozróżnia funkcje tradycyjnej poczty e-mail i tymczasowej • analizuje informacje z Internetu ze względu na źródło ich pochodzenia, • konfiguruje konta użytkowników poczty pod kątem wykorzystania komunikacji szyfrowanej deleguje uprawnienia i treści współpracownikom z wykorzystaniem narzędzi do komunikacji grupowej w pracy, • administruje narzędziami do wideokonferencji z wykorzystaniem szyfrowanych połączeń, • łączy się ze wskazaną stroną z wykorzystaniem sieci VPN, • planuje kampanię marketingową, korzystając z serwisów społecznościowych, • administruje mechanizmami do zliczania i śledzenia konwersji	Test teoretyczny
		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
		Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach symulowanych
		Analiza dowodów i deklaracji
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
		Wywiad ustrukturyzowany
		Analiza dowodów i deklaracji
		Obserwacja w warunkach symulowanych

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 stronie internetowej).

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.

Kwalifikacje cyfrowe:

Wykorzystanie narzędzi do zarządzania treścią: Nauczysz się korzystać z różnych narzędzi do planowania, tworzenia i publikowania treści, takich jak kalendarze redakcyjne, platformy CMS itp.

Analiza danych: Będziesz mógł analizować wyniki swoich działań, aby ocenić ich skuteczność i wprowadzać niezbędne poprawki.

Marketing w mediach społecznościowych: Nauczysz się jak wykorzystać media społecznościowe do promocji swoich treści i budowania zaangażowania.

Analiza rynku i konkurencji: Będziesz w stanie przeprowadzać analizę rynku i konkurencji, aby zidentyfikować nisze i możliwości rozwoju.

Segmentacja odbiorców: Nauczysz się dzielić odbiorców na segmenty, aby tworzyć bardziej spersonalizowane treści.

Dodatkowe informacje:

- Szkolenie prowadzone jest w trybie godzin dydaktycznych (45 minut).
- Czas trwania szkolenia: 50 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.

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	8 500,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	8 500,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	170,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	170,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 0

Brak wyników.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Skrypt

Warunki uczestnictwa

Warunkiem rozpoczęcia kursu jest zebranie odpowiedniej grupy szkoleniowej.

Najlepsze szkolenia to takie, które dostosowane są do potrzeb i oczekiwań uczestników.

Adres

ul. Wincentego Pola 18
35-021 Rzeszów
woj. podkarpackie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi
- Laboratorium komputerowe

Kontakt



MARTYNA ADAMSKA

E-mail m.adamska@pcr.pl

Telefon (+48) 537 792 855