



EDU SERVICE

Edu Service
Zdzisław Sikora

★★★★★ 4,9 / 5

496 ocen

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

Numer usługi 2026/03/27/139923/3441603

📍 Jarosław

🏢 Usługa szkoleniowa

📅 stacjonarna

👥 Zajęcia grupowe

🕒 40:00 h

📅 21.09.2026 do 29.09.2026

5 600,00 PLN brutto

5 600,00 PLN netto

140,00 PLN brutto/h

140,00 PLN netto/h

250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

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;
- web developerzy;
- 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

3

Maksymalna liczba uczestników

16

Data zakończenia rekrutacji	20-09-2026
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 - identyfikuje docelowe grupy odbiorców treści marketingowych - określa cele działań w zakresie treści marketingowych i wskaźniki ich realizacji - charakteryzuje kanały dystrybucji treści marketingowych	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
		Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
		Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	- charakteryzuje kanały dystrybucji treści marketingowych	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	- charakteryzuje kanały dystrybucji treści marketingowych	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	- 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 - planuje wykorzystanie innych zasobów do tworzenia treści marketingowych (z zewnątrz i wewnątrz przedsiębiorstwa),	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
		Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych

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

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
	- przygotowuje wytyczne dla wykonawcy materiału audiowizualnego	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	- omawia zasady przygotowania materiałów audiowizualnych zgodnie z obowiązującym standardem WCAG	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Publikuje treści marketingowe	- tworzy proste strony internetowe (w tym tzw. landing pages), - omawia znaczniki HTML oraz CSS według standardu W3C, - wymienia systemy zarządzania treścią (CMS) oraz sprzedażowe (e-commerce), - wprowadza treści do systemów zarządzania treścią (CMS) oraz sprzedażowych (e-commerce),	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
		Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	- wymienia systemy zarządzania treścią (CMS) oraz sprzedażowe (e-commerce), - wprowadza treści do systemów zarządzania treścią (CMS) oraz sprzedażowych (e-commerce),	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
		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	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	- analizuje i ocenia treści pod kątem zaangażowania użytkowników,	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	- omawia sposoby optymalizacji treści marketingowych (dobór narzędzi dystrybucji, zmiana treści, grafik, materiałów audiowizualnych)	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych

Kwalifikacje

Kwalifikacje włączone do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji

Kwalifikacje	Planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych (content marketing)
Kod kwalifikacji zarejestrowanej w ZRK	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;
- web developerzy;
- 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: 3, 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 (38 h szkolenie, 2 h egzamin) Szkolenie obejmuje 20 godz. teoretycznych oraz 18 godz. praktycznych.

Szkolenie realizowane będzie w godzinach dydaktycznych 1 godzina szkoleniowa = 1 godzina dydaktyczna (45 min). Przewidziane są wymagane przerwy.

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.

Sposób organizacji walidacji:

Stosowane są rozwiązania zapewniające rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji.

Przebieg walidacji i certyfikacji: Weryfikacja składa się z dwóch etapów: egzaminu teoretycznego (testu wiedzy) i egzaminu praktycznego. Test wiedzy przeprowadzany jest w elektronicznym systemie w ośrodku egzaminacyjnym. Osobie egzaminowanej podczas rozwiązywania testu nie wolno korzystać z innych aplikacji (w tym otwierać stron internetowych) niż system do przeprowadzania egzaminu. W części praktycznej stosowana jest metoda weryfikacji: obserwacja w warunkach symulowanych.

Podczas walidacji zapewnione jest dla każdego uczestnika: komputer z dostępem do internetu wraz z zainstalowaną przeglądarką internetową innym niezbędnym oprogramowanie (m.in. do obróbki zdjęć) na egzaminie teoretycznym/pisemnym oraz praktycznym.

Proces zakończy się wydaniem formalnego certyfikatu potwierdzającego osiągnięcie zakładanych efektów uczenia się.

Uczestnicy otrzymają materiały szkoleniowe: notes, długopis, teczka.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 33

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 33 Planowanie wykorzystania treści marketingowych w strategii marketingowej przedsiębiorstwa	Joanna Choma	21-09-2026	15:00	16:30	01:30
2 z 33 Przerwa	Joanna Choma	21-09-2026	16:30	17:00	00:30

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
3 z 33 Planowanie wykorzystania treści marketingowych w strategii marketingowej przedsiębiorstwa	Joanna Choma	21-09-2026	17:00	18:30	01:30
4 z 33 Przerwa	Joanna Choma	21-09-2026	18:30	19:00	00:30
5 z 33 Planowanie wykorzystania treści marketingowych w strategii marketingowej przedsiębiorstwa	Joanna Choma	21-09-2026	19:00	20:30	01:30
6 z 33 Analiza strategii marketingowej przedsiębiorstwa	Joanna Choma	22-09-2026	15:00	16:30	01:30
7 z 33 Przerwa	Joanna Choma	22-09-2026	16:30	17:00	00:30
8 z 33 Analiza strategii marketingowej przedsiębiorstwa	Joanna Choma	22-09-2026	17:00	18:30	01:30
9 z 33 Przerwa	Joanna Choma	22-09-2026	18:30	19:00	00:30
10 z 33 Analiza strategii marketingowej przedsiębiorstwa	Joanna Choma	22-09-2026	19:00	20:30	01:30
11 z 33 Planowanie działań związanych z opracowaniem i dystrybucją treści marketingowych	Joanna Choma	23-09-2026	15:00	16:30	01:30
12 z 33 Przerwa	Joanna Choma	23-09-2026	16:30	17:00	00:30

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
13 z 33 Planowanie działań związanych z opracowaniem i dystrybucją treści marketingowych	Joanna Choma	23-09-2026	17:00	18:30	01:30
14 z 33 Przerwa	Joanna Choma	23-09-2026	18:30	19:00	00:30
15 z 33 Planowanie działań związanych z opracowaniem i dystrybucją treści marketingowych	Joanna Choma	23-09-2026	19:00	20:30	01:30
16 z 33 Przygotowywanie treści marketingowych: redagowanie tekstów dostosowanych do kanału dystrybucji	Joanna Choma	24-09-2026	15:00	16:30	01:30
17 z 33 Przerwa	Joanna Choma	24-09-2026	16:30	17:00	00:30
18 z 33 Przygotowywanie treści marketingowych: redagowanie tekstów dostosowanych do kanału dystrybucji	Joanna Choma	24-09-2026	17:00	18:30	01:30
19 z 33 Przerwa	Joanna Choma	24-09-2026	18:30	19:00	00:30
20 z 33 Przygotowywanie treści marketingowych: redagowanie tekstów dostosowanych do kanału dystrybucji	Joanna Choma	24-09-2026	19:00	20:30	01:30

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
21 z 33 Opracowanie materiałów graficznych	Joanna Choma	25-09-2026	15:00	16:30	01:30
22 z 33 Przerwa	Joanna Choma	25-09-2026	16:30	17:00	00:30
23 z 33 Opracowanie materiałów graficznych	Joanna Choma	25-09-2026	17:00	18:30	01:30
24 z 33 Przerwa	Joanna Choma	25-09-2026	18:30	19:00	00:30
25 z 33 Opracowanie materiałów graficznych	Joanna Choma	25-09-2026	19:00	20:30	01:30
26 z 33 Opracowanie materiałów graficznych. Opracowanie materiałów audiowizualnych	Joanna Choma	28-09-2026	15:00	16:30	01:30
27 z 33 Przerwa	Joanna Choma	28-09-2026	16:30	17:00	00:30
28 z 33 Dystrybuowanie treści marketingowych. Publikowanie treści marketingowych.	Joanna Choma	28-09-2026	17:00	18:30	01:30
29 z 33 Przerwa	Joanna Choma	28-09-2026	18:30	19:00	00:30
30 z 33 Dystrybuowanie treści marketingowych. Publikowanie treści marketingowych.	Joanna Choma	28-09-2026	19:00	20:30	01:30
31 z 33 Monitorowanie efektów wdrożenia treści marketingowych	Joanna Choma	29-09-2026	15:00	16:30	01:30

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
32 z 33 Przerwa	Joanna Choma	29-09-2026	16:30	16:45	00:15
33 z 33 Egzamin (certyfikacja i walidacja)	-	29-09-2026	16:45	18:15	01:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 600,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT	
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

Joanna Choma

Od kilku lat wspieram organizacje społeczne i spółdzielnie socjalne w zakresie marketingu, promocji i komunikacji. Specjalizuję się w tworzeniu strategii wizerunkowych, prowadzeniu mediów społecznościowych oraz szkoleniach z content marketingu. Opracowuję i wdrażam działania promocyjne, pomagam w budowaniu spójnego przekazu i rozwijaniu kompetencji zespołów odpowiedzialnych za komunikację.

Od wielu lat odpowiadam także za promocję Związku Strzeleckiego „Strzelec” Józefa Piłsudskiego

– z mojej inicjatywy powstały oficjalne kanały organizacji w mediach społecznościowych, które prowadzę w sposób systematyczny i profesjonalny. Dbam o spójność wizerunku, przygotowuję materiały, planuję publikacje i szkole osoby współtworzące komunikację Związku. W pracy łączę kreatywność z analitycznym podejściem. Cenię rzetelność, przejrzystość i partnerską współpracę. Uważam, że skuteczna komunikacja to nie tylko promocja, ale przede wszystkim budowanie zaufania, wiarygodności i trwałych relacji z otoczeniem.

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. Stefana Czarnieckiego 16
37-500 Jarosław
woj. podkarpackie

Kontakt



Zdzisław Sikora

E-mail biuro@edu-service.pl

Telefon (+48) 500 403 218