



Planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych (content marketing)

Numer usługi 2026/04/20/180870/3500668

5 400,00 PLN brutto
5 400,00 PLN netto
200,00 PLN brutto/h
200,00 PLN netto/h
250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

Glow Up Beauty &
Academy Joanna
Tabaka

★★★★★ 4,9 / 5

91 ocen

📍 Elbląg

🏠 Usługa szkoleniowa

📄 stacjonarna

🕒 27:00 h

📅 02.06.2026 do 04.06.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Grupę docelową usługi stanowią wszystkie osoby pragnące uzyskać kwalifikację w szczególności osoby aktywne zawodowo oraz planujące rozwój kompetencji w obszarze nowoczesnych technologii cyfrowych, realizowanego w kontekście transformacji cyfrowej oraz rosnącej roli automatyzacji procesów w gospodarce.

Minimalna liczba uczestników

1

Maksymalna liczba uczestników

5

Data zakończenia rekrutacji

01-06-2026

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

27

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 z zakresu nowoczesnych technologii cyfrowych w pracy zawodowej jest gotowa do samodzielnego podejmowania działań związanych z planowaniem, wdrażaniem oraz wykorzystywaniem narzędzi cyfrowych w różnych obszarach działalności zawodowej. Wspiera realizację celów biznesowych poprzez optymalizację

procesów, usprawnianie organizacji pracy oraz zwiększanie efektywności działań, z uwzględnieniem zasad zrównoważonego rozwoju. Jest przygotowana do samodzielnego prowadzenia p

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 oraz ich śladu węglowego i zgodności z etyką ekologiczną	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 z uwzględnieniem zrównoważonego rozwoju	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	Test teoretyczny
		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	Obserwacja w warunkach symulowanych
	- planuje wykorzystanie innych zasobów do tworzenia treści marketingowych (z zewnątrz i wewnątrz przedsiębiorstwa),	Test teoretyczny
Obserwacja w warunkach symulowanych		
tworzy harmonogram oraz określa zadania zespołu, tworzy budżet opracowania i dystrybucji treści marketingowych, sporządza plan działań związanych z treściami marketingowymi.	Obserwacja w warunkach symulowanych	
identyfikuje i eliminuje ryzyko greenwashingu w planowanej strategii komunikacji	Test teoretyczny	

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
	<p>Wykorzystuje zasady zrównoważonego marketingu (marketing zrównoważony / sustainable marketing) przy tworzeniu treści – uwzględniając filary ESG (środowisko, społeczeństwo, ład korporacyjny).</p>	<p>Test teoretyczny</p> <p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p>
<p>Redaguje tekst dostosowany do kanału dystrybucji</p>	<p>rozdziela rodzaje/gatunki tekstów tworzonych dla wybranych kanałów dystrybucji</p>	<p>Test teoretyczny</p>
	<p>sporządza tekst odpowiedni do kanału dystrybucji na podstawie tekstu źródłowego</p>	<p>Test teoretyczny</p>
	<p>optymalizuje treści dla potrzeb marketingu w wyszukiwarkach (SEM, SEO, PPC)</p>	<p>Test teoretyczny</p>
	<p>omawia zasady przygotowania treści zgodnie z obowiązującym standardem WCAG</p> <p>tworzy teksty promujące autentyczne działania w zakresie zrównoważonego rozwoju, stosując transparentną i fakt-based komunikację</p>	<p>Test teoretyczny</p> <p>Test teoretyczny</p>

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Opracowuje materiały graficzne	- rozróżnia rodzaje materiałów graficznych, - wymienia źródła materiałów graficznych	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
		Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	charakteryzuje formaty plików graficznych, tworzy scenariusz sesji zdjęciowej, - wykonuje zdjęcia zgodnie z zasadami kompozycji,	Test teoretyczny
		Test teoretyczny
		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,	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	przygotowuje wytyczne dla grafika komputerowego	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Opracowuje materiały audiowizualne	rozdziela 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
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
		Test teoretyczny
	wprowadza treści do systemów zarządzania treścią (CMS) oraz sprzedażowych (e-commerce)	Obserwacja w warunkach symulowanych
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	omawia proces automatyzacji marketingu	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
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
	ocenia wpływ optymalizacji treści na szybkość ładowania zasobów i wynikającą z tego oszczędność energii	Obserwacja w warunkach symulowanych
Stosuje zasady zrównoważonego rozwoju (ESG i Cele Zrównoważonego Rozwoju SDG) w procesie planowania, tworzenia, redagowania i dystrybucji treści marketingowych, identyfikując i eliminując ryzyko greenwashingu	<ul style="list-style-type: none"> – Wyjaśnia znaczenie filarów ESG i wybranych Celów SDG w kontekście komunikacji marketingowej – Identyfikuje przykłady greenwashingu (jawnego i ukrytego – implicit claims) w materiałach tekstowych, graficznych i audiowizualnych – Tworzy lub modyfikuje treści marketingowe zgodnie z zasadami autentycznej, transparentnej komunikacji zrównoważonej – Weryfikuje materiały pod kątem zgodności z Green Claims Directive i unika mylących elementów wizualnych lub tekstowych 	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

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.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 0

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
Brak wyników.					

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 400,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT	

Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 400,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	200,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	200,00 PLN
W tym koszt walidacji brutto	0,00 PLN
W tym koszt walidacji netto	0,00 PLN
W tym koszt certyfikowania brutto	500,00 PLN
W tym koszt certyfikowania netto	500,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 0

Brak wyników.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Informacje o materiałach dla uczestników usługi Uczestnicy szkolenia otrzymują komplet materiałów dydaktycznych w formie elektronicznej (PDF) oraz edytowalne szablony, przygotowane zgodnie z wymaganiami prawnymi polskiego i unijnego prawa (w tym Green Claims Directive). Głównym materiałem jest bogato ilustrowany skrypt szkoleniowy „Zrównoważony content marketing – planowanie, tworzenie i dystrybucja treści z uwzględnieniem zasad ESG i SDG

Adres

ul. Artura Grottgera 42c
82-300 Elbląg
woj. warmińsko-mazurskie

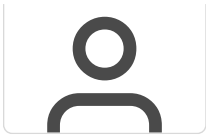
Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja

Kontakt



JOANNA TABAKA



E-mail szkolenia@glowup-academy.pl

Telefon (+48) 506 067 116