



## Content marketing - planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych - szkolenie

Numer usługi 2026/04/30/161607/3525233

2 115,60 PLN brutto  
1 720,00 PLN netto  
176,30 PLN brutto/h  
143,33 PLN netto/h  
250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

Interactive

Advertising Institute  
Sp. z o.o.

★★★★★ 4,6 / 5

95 ocen

- 🏠 Usługa szkoleniowa
- 📺 zdalna w czasie rzeczywistym
- 🕒 12:00 h
- 📅 11.08.2026 do 13.08.2026

## Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Szkolenie jest przeznaczone dla osób, które:

- potrzebują kompleksowego utrwalenia wiedzy w content marketingu i web-writingu,
- rozpoczynają pracę w działach marketingu internetowego specjalizującego się w content marketingu,
- dotychczas pracowały w marketingu tradycyjnym i przechodzą do działów digitalowych lub rozszerzają zakres swoich obowiązków o content marketing

A w szczególności powinni w nim wziąć udział:

- specjaliści ds. marketingu, public relations, mediów społecznościowych,
- osoby zajmujące się tworzeniem blogów internetowych,
- copywriterzy,
- redaktorzy, dziennikarze, reporterzy.

Usługa jest również adresowana do uczestników projektów:

- *Kierunek Kariera Zawodowa,*
- *Kierunek – Rozwój,*
- *Małopolski Pociąg do kariery*
- *Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe*
- *oraz pozostałych uczestników programów dofinansowań.*

Minimalna liczba uczestników

4

Maksymalna liczba uczestników

15

Data zakończenia rekrutacji

10-08-2026

<b>Forma prowadzenia usługi</b>	zdalna w czasie rzeczywistym
<b>Liczba godzin usługi</b>	12
<b>Podstawa uzyskania wpisu do BUR</b>	Znak Jakości Małopolskich Standardów Usług Edukacyjno-Szkoleniowych (MSUES) - wersja 2.0

# Cel

## Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje do samodzielnego prowadzenia działań z zakresu content marketingu w szczególności przygotowywania kampanii Content Marketing dla swojego przedsiębiorstwa. Pisania i nadzorowania treści oraz zaplanowania i dystrybuowania ich zgodnie ze strategią komunikacji przedsiębiorstwa. Monitorowania efektywności kampanii Content Marketingowych.

## Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<b>WIEDZA:</b> posługuje się wiedzą dotyczącą przygotowania treści content marketingowych	rozpoznaje i charakteryzuje potrzeby odbiorców treści content marketingowych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	planuje odpowiednie treści w zakresie web-writingu	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
<b>UMIĘJĘTNOŚCI:</b> planuje i prowadzi odpowiednie działania w zakresie wykorzystania treści content marketingowych	wskazuje odpowiednie treści multimedialne do użycia w działaniach content marketingowych firmy (grafiki, video, audio)	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	dystrybuuje przygotowane treści z wykorzystaniem kanałów internetowych, posługuje się odpowiednimi narzędziami	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	monitoruje skuteczność i efektywność wdrażanych rozwiązań	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
<b>KOMPETENCJE SPOŁECZNE:</b> Rozwija zdolności analityczne oraz umiejętności komunikacyjne	realizuje strategię content marketingową przedsiębiorstwa	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	podejmuje zadania projektowe, planuje i przekazuje zadania współpracownikom oraz zewnętrznym wykonawcom usług	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

# Kwalifikacje

## Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

### Warunki uznania kompetencji

**Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem zawierają opis efektów uczenia się?**

TAK

**Pytanie 2. Czy dokument lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji i zgodnie z zaplanowanymi metodami walidacji?**

TAK

**Pytanie 3. Czy dokument lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielanie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?**

TAK

## Program

### 1. Content Marketing krok po kroku - 4 h (teoria - 45 min, praktyka 3 h 15 min)

- jak definiować cele i KPI w ramach Content Marketing?
- budowanie strategii content marketingowej od A do Z
- profil odbiorcy – typy odbiorców i ich motywacje
- formy content marketingu – jakie typy treści są najpopularniejsze, a które najskuteczniejsze?
- typy contentu w zależności od celu – od branding do performance
- Inbound versus Outbound marketing – wady i zalety
- Content Marketing w działaniach brandingowych (wizerunek, ruch, lojalność) – przykłady z Polskie i ze świata
- Content Marketing w działaniach direct response (leady, sprzedaż) – przykłady B2C i B2B

### 2. Jak promować i dystrybuować treści w kanałach elektronicznych i pozyskiwać użytkowników? - 4 h (teoria 30 min, praktyka 3 h 30 min)

- 10 skutecznych sposobów na promocję własnych treści – kryteria wyboru w zależności od rodzaju contentu i kosztów
- sposoby dystrybucji treści w ramach content marketingu – płatne i bezpłatne formy promocji
- Sieci CM i sieci kontekstowe oraz inni wydawcy – jak dobrać model rozliczeń?
- reklama natywna jako przykład aktywności CM

### 3. Web-writing i copywriting w projektach online - 2 h (teoria 30 min, praktyka 1 h 30 min)

- praktyka redagowania treści
- dekalog redaktora i model „odwróconej piramidy”
- formatowanie treści (tytuły, nagłówki, podsumowania, kontekst) – jak „wybić się” z tekstem by był zauważony i przeczytany?
- układ i formy informacji na stronie – rozmiar, czcionki, zdjęcia i ilustracje, kolory, dźwięk, animacje i wideo ?
- redaktor jako specjalista SEO on-page – jak pisać by tekst był dobrze pozycjonowany w Google?
- jak projektować formaty reklamowe z uwzględnieniem elementów copywritingu?
- przykłady i dobre praktyki

### 4. Pomiar skuteczności contentu online - 1 h 50 min (teoria 30 min, praktyka 1 h 20 min)

- audyt treści – jak weryfikować skuteczność redagowanych treści?
- podstawowe mierniki efektywności działań w ramach content marketingu?
- badania online i monitoring internetu – jak weryfikować ilość i jakość publikacji?
- estymacja efektywności działań – od CPV do ROI

Walidacja - 10 min

Uczestnicy poznają przykłady prawidłowych i nieprawidłowych działań w zakresie content marketingu wraz z omówieniem ich skuteczności i efektywności.

Warunki niezbędne do spełnienia przez uczestników usługi, aby realizacja usługi pozwoliła na osiągnięcie głównego celu: usługa/szkolenie nie wymaga od uczestników znajomości tematu z obszaru e-marketingu, aktywność na zajęciach, minimalny poziom frekwencji - 100%.

Godzina szkoleniowa = 60 min.

Przerwy nie są uwzględnione w harmonogramie szkolenia. Trener dostosowuje przerwy do potrzeb uczestników (max. 10 min.) i odpowiednio wydłuża zajęcia.

Ćwiczenia praktyczne będą obejmować m.in.:

- budowanie strategii content marketingowej w oparciu o model persony
- klasyfikacja formatów content marketingowych w zależności od celu
- dobór kanałów dystrybucji w zależności od grupy docelowej i formatu content marketing
- redagowanie informacji na potrzeby projektów online
- Prezentacja przykładów i dobrych praktyk i zrecenzowanie ich przez uczestników
- dyskusja na temat case studies content marketingu

## Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 5

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>1 z 5</b> Content Marketing krok po kroku - Ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Anna Ledwoń-Blacha	11-08-2026	09:00	13:00	04:00
<b>2 z 5</b> Jak promować i dystrybuować treści w kanałach elektronicznych i pozyskiwać użytkowników? - Ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Anna Ledwoń-Blacha	12-08-2026	09:00	13:00	04:00

---

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
3 z 5 Web-writing i copywriting w projektach online - Ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Anna Ledwoń-Błacha	13-08-2026	09:00	11:00	02:00
4 z 5 Pomiar skuteczności contentu online - Ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Anna Ledwoń-Błacha	13-08-2026	11:00	12:50	01:50
5 z 5 Walidacja - test	-	13-08-2026	12:50	13:00	00:10

## Cennik

Jeżeli korzystasz z dofinansowania w wysokości co najmniej 70% przysługuje Tobie zwolnienie z podatku VAT

### Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	2 115,60 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 720,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	176,30 PLN
Koszt osobogodziny netto	143,33 PLN

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 1

1 z 1



## Anna Ledwoń-Błacha

Strateżka marketingowa i projektantka komunikacji marek, autorka książek o marketingu („Strategiczne podejście do działań w social mediach”, „Zbuduj przyszłość swojej marki. Brand Purpose krok po kroku”), TEDx speakerka, współzałożycielka społeczności CRASH Mondays oraz twórczyni marki BrandWitch.

W obszarze content marketingu pracuje zarówno strategicznie, jak i wdrożeniowo - wspiera organizacje w projektowaniu strategii komunikacji i marketingu, w tym działań contentowych, dopasowaniu treści do potrzeb odbiorców i etapów ścieżki klienta oraz łączeniu contentu z działaniami w kanałach cyfrowych.

Z marketingiem związana jest od ponad 15 lat, a od ponad 8 lat prowadzi szkolenia i warsztaty dotyczące content marketingu, social media, komunikacji, AI i trendów dla firm, instytucji i organizacji z wielu branż. Łącznie przeprowadziła ponad 7000 godzin szkoleniowych.

Jest wykładowczynią studiów podyplomowych oraz opiekunką kierunku Brand Manager w IMOK, gdzie odpowiada za program kształcenia w obszarze strategii marki i komunikacji. Posiada certyfikat DIMAQ Professional oraz wykształcenie kierunkowe z obszaru zarządzania i marketingu, a także studia podyplomowe z obszaru data driven marketingu i technologii informacyjnych w marketingu.

Wykształcenie: 2020 – 2021 Wyższa Szkoła Bankowa w Gdańsku Podyplomowe Kierunek studiów: Data Driven Marketing 2013 – 2015 AGH Magister Kierunek studiów: Zarządzanie: marketing. Ostatnie 5 lat aktywnie działa w branży marketingowej.

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymują:

- materiały autorskie, opracowane przez trenera, udostępniane uczestnikom drogą online, w formacie pdf.
- prezentację materiałów z internetu (serwisy www, infografiki, materiały multimedialne, filmy)
- bazę wiedzy: linki do serwisów i portali
- case study (najciekawsze przykłady z doświadczenia szkoleniowca)
- linki do publikacji branżowych IAB Polska

Uczestnicy otrzymają zaświadczenie o ukończeniu szkolenia, pod warunkiem min. 100% frekwencji.

Literatura:

“Marketing” - Philip Kotler

“To jest marketing” - Seth Godin

“Biblia Copywritingu” - Darek Puzyrkiewicz

“Jak pisać, żeby chcieli czytać i kupować” - Artur Jabłoński

“Narratologia” - Paweł Tkaczyk

“Magia słów” - Joanna Wrycza - Bekier

### Warunki uczestnictwa

Przed zapisaniem się proszę o kontakt na mail: [szkolenia@dimaq.eu](mailto:szkolenia@dimaq.eu) w celu potwierdzenia terminu i dostępności miejsc dla Uczestników.

Warunkiem uczestnictwa jest rejestracja i założenie konta w BUR, dokonanie zapisu na szkolenie za pośrednictwem BUR oraz spełnienie wszystkich warunków określonych przez Operatora.

## Informacje dodatkowe

Zapraszamy na inne szkolenia z e-marketingu, dostępne na stronie: [www.dimaq.pl](http://www.dimaq.pl). Szkolenie może być również zorganizowane w formie szkolenia zamkniętego - na potrzeby konkretnego przedsiębiorstwa.

## Warunki techniczne

Szkolenie będzie dostępne na platformie Zoom lub Teams. Każdy z uczestników dostanie link do szkolenia.

Minimalne wymagania sprzętowe, jakie musi spełniać komputer Uczestnika lub inne urządzenie do zdalnej komunikacji - system operacyjnych Windows, macOS i Linux, zalecany: procesor dwurdzeniowy o taktowaniu co najmniej 2 Ghz (Intel i3/i5/i7 lub ekwiwalent AMD), pamięć RAM - 4 Gb

Minimalne wymagania dotyczące parametrów łącza sieciowego, jakim musi dysponować Uczestnik: dla audio 256 kb/s, Video w wersji HD – 4Mb/s – to są parametry górne graniczne.

System dopasowuje się do łącza i działa na każdych dostępnych parametrach.

Podstawą do rozliczenia usługi jest wygenerowanie z systemu raportu, umożliwiającego identyfikację wszystkich uczestników oraz zastosowanego narzędzia

Podczas zajęć konieczne jest zastosowanie kamery i mikrofonu.

Link umożliwiający uczestnictwo w spotkaniu on-line będzie aktywny przez cały okres trwania kursu.

## Kontakt



**PATRYCJA DĄBEK**

**E-mail** [p.dabek@dimaq.eu](mailto:p.dabek@dimaq.eu)

**Telefon** (+48) 504 451 512