



Strategia Komunikacji Marketingowej i Content Marketing z Elementami Zielonych Kompetencji - szkolenie

Numer usługi 2026/06/03/188147/3607070

5 100,00 PLN brutto
5 100,00 PLN netto
318,75 PLN brutto/h
318,75 PLN netto/h
250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

EDUVERO SPÓŁKA
Z OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚ
CIĄ

★★★★★ 4,9 / 5

28 ocen

- 📍 Olsztyn
- 🏢 Usługa szkoleniowa
- 📄 stacjonarna
- 👤 Zajęcia indywidualne
- 🕒 16:00 h
- 📅 14.09.2026 do 26.09.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Szkolenie skierowane jest do osób zainteresowanych marketingiem, reklamą, komunikacją i tworzeniem treści, które chcą zdobyć lub rozwinąć kompetencje związane z planowaniem komunikacji marketingowej oraz content marketingiem.

W szczególności szkolenie przeznaczone jest dla:

- specjalistów marketingu i komunikacji,
- specjalistów social media,
- copywriterów i content creatorów,
- pracowników agencji reklamowych i kreatywnych,
- freelancerów budujących markę osobistą,
- osób planujących rozpoczęcie działalności gospodarczej,
- studentów i absolwentów kierunków związanych z marketingiem, mediami i komunikacją,
- osób chcących rozwijać kompetencje w obszarze nowoczesnej, odpowiedzialnej i zrównoważonej komunikacji marketingowej.

Minimalna liczba uczestników

1

Maksymalna liczba uczestników

1

Data zakończenia rekrutacji

13-09-2026

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

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

Szkolenie przygotowuje uczestników do planowania i realizacji działań z zakresu komunikacji marketingowej i content marketingu poprzez rozwój wiedzy dotyczącej tworzenia strategii komunikacji, budowania przekazów marketingowych, storytellingu oraz zarządzania treściami, a także rozwija zielone kompetencje związane z odpowiedzialną komunikacją, racjonalnym wykorzystaniem zasobów cyfrowych, ograniczaniem nadprodukcji treści oraz stosowaniem zasad zrównoważonego marketingu.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

| Efekty uczenia się | Kryteria weryfikacji | Metoda walidacji |
|---|---|------------------|
| Posługuje się wiedzą z zakresu komunikacji marketingowej, content marketingu oraz budowania strategii komunikacji marki | omawia cele komunikacji marketingowej | Test teoretyczny |
| | charakteryzuje rolę content marketingu w budowaniu marki | Test teoretyczny |
| | rozdziela rodzaje treści wykorzystywanych w działaniach marketingowych, | Test teoretyczny |
| | wyjaśnia znaczenie storytellingu w komunikacji | Test teoretyczny |
| Posługuje się wiedzą dotyczącą zasad tworzenia skutecznych przekazów marketingowych oraz zarządzania treściami | opisuje etapy planowania strategii komunikacyjnej. | Test teoretyczny |
| | omawia zasady copywritingu marketingowego | Test teoretyczny |
| | charakteryzuje język korzyści i komunikację ekspercką | Test teoretyczny |
| | opisuje proces planowania i dystrybucji treści | Test teoretyczny |
| | wskazuje elementy wpływające na zaangażowanie odbiorców | Test teoretyczny |
| wyjaśnia znaczenie spójności komunikacji marki | Test teoretyczny | |

| Efekty uczenia się | Kryteria weryfikacji | Metoda walidacji |
|--|--|-------------------------------------|
| Tworzy przekazy marketingowe dostosowane do celów komunikacyjnych i potrzeb odbiorców | formułuje komunikaty marketingowe | Obserwacja w warunkach symulowanych |
| | wykorzystuje język korzyści w komunikacji | Obserwacja w warunkach symulowanych |
| | dostosowuje treści do grupy docelowej | Obserwacja w warunkach symulowanych |
| | tworzy komunikaty sprzedażowe i wizerunkowe | Obserwacja w warunkach symulowanych |
| | dobiera odpowiednią formę przekazu do kanału komunikacji | Obserwacja w warunkach symulowanych |
| Projektuje działania content marketingowe wspierające budowanie marki i relacji z odbiorcami | tworzy propozycje treści edukacyjnych, sprzedażowych i wizerunkowych | Obserwacja w warunkach symulowanych |
| | planuje filary komunikacyjne marki | Obserwacja w warunkach symulowanych |
| | przygotowuje harmonogram publikacji | Obserwacja w warunkach symulowanych |
| | dobiera treści do różnych kanałów komunikacji, | Obserwacja w warunkach symulowanych |
| | zachowuje spójność przekazu marketingowego | Obserwacja w warunkach symulowanych |
| Analizuje skuteczność działań komunikacyjnych i planuje ich optymalizację | identyfikuje wskaźniki efektywności komunikacji | Obserwacja w warunkach symulowanych |
| | analizuje wyniki działań marketingowych | Obserwacja w warunkach symulowanych |
| | wskazuje mocne i słabe strony komunikacji marki | Obserwacja w warunkach symulowanych |
| | proponuje działania usprawniające strategię komunikacji | Obserwacja w warunkach symulowanych |
| | wykorzystuje wnioski do planowania kolejnych działań | Obserwacja w warunkach symulowanych |

| Efekty uczenia się | Kryteria weryfikacji | Metoda walidacji |
|---|---|-------------------------------------|
| Wykazuje odpowiedzialność za jakość, spójność i etyczny charakter komunikacji marketingowej | uwzględnia potrzeby odbiorców podczas tworzenia komunikacji | Obserwacja w warunkach symulowanych |
| | przestrzega zasad etycznego marketingu | Obserwacja w warunkach symulowanych |
| | wykazuje odpowiedzialność za publikowane treści | Obserwacja w warunkach symulowanych |
| | jest otwarty na analizę informacji zwrotnych | Obserwacja w warunkach symulowanych |
| | dba o wiarygodność i profesjonalny wizerunek marki | Obserwacja w warunkach symulowanych |
| Stosuje zasady zrównoważonej i odpowiedzialnej komunikacji marketingowej z uwzględnieniem efektywnego wykorzystania zasobów cyfrowych | planuje działania komunikacyjne ograniczające nadprodukcję treści | Obserwacja w warunkach symulowanych |
| | wykorzystuje treści w sposób umożliwiający ich wielokrotne zastosowanie | Obserwacja w warunkach symulowanych |
| | identyfikuje działania mogące prowadzić do greenwashingu i unika ich stosowania | Obserwacja w warunkach symulowanych |
| | dobiera rozwiązania wspierające racjonalne wykorzystanie narzędzi cyfrowych | Obserwacja w warunkach symulowanych |
| | uwzględnia aspekty środowiskowe i społeczne podczas planowania komunikacji marki, | Obserwacja w warunkach symulowanych |
| promuje odpowiedzialne praktyki marketingowe zgodne z zasadami zrównoważonego rozwoju | Obserwacja w warunkach symulowanych | |

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 rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

Program

Szkolenie koncentruje się na praktycznych aspektach budowania skutecznej komunikacji marketingowej oraz tworzenia treści wspierających rozwój marki i budowanie relacji z odbiorcami. Uczestnicy poznają zasady projektowania strategii komunikacji, tworzenia angażujących przekazów marketingowych oraz wykorzystania content marketingu w działaniach promocyjnych.

Program obejmuje zagadnienia związane z copywritingiem, storytellingiem, planowaniem publikacji, dystrybucją treści oraz analizą skuteczności działań komunikacyjnych. Uczestnicy uczą się tworzyć treści odpowiadające potrzebom odbiorców, budować spójny wizerunek marki oraz wykorzystywać różne kanały komunikacji w sposób efektywny i przemyślany.

Istotnym elementem szkolenia jest rozwijanie zielonych kompetencji poprzez poznanie zasad odpowiedzialnej komunikacji marketingowej, ograniczania nadprodukcji treści, przeciwdziałania dezinformacji i greenwashingowi oraz świadomego wykorzystywania narzędzi cyfrowych. Uczestnicy uczą się planować działania marketingowe w sposób wspierający efektywne wykorzystanie zasobów oraz zgodny z ideą zrównoważonego rozwoju.

Szkolenie ma charakter warsztatowy i pozwala uczestnikom zdobyć praktyczne umiejętności wykorzystywane w pracy związanej z marketingiem, reklamą, komunikacją oraz tworzeniem treści.

Usługa realizowana jest w godzinach zegarowych. Przerwy uwzględniono w harmonogramie i zostały wliczone w godziny szkolenia.

Moduł 1. Fundamenty komunikacji marketingowej i odpowiedzialnej komunikacji marki

- Cele komunikacji marketingowej
- Rola content marketingu w budowaniu marki
- Język korzyści i komunikacja ekspercka
- Zasady odpowiedzialnej komunikacji marketingowej
- Znaczenie zrównoważonego marketingu w budowaniu wizerunku marki

Moduł 2. Tworzenie przekazów marketingowych zgodnych z zasadami etyki i transparentności

- Copywriting marketingowy
- Komunikaty sprzedażowe i wizerunkowe
- Komunikacja problemowa i potrzebowa
- Transparentność przekazu marketingowego
- Unikanie greenwashingu i dezinformacji w komunikacji

Moduł 3. Content marketing i tworzenie wartościowych treści

- Treści edukacyjne, wizerunkowe i sprzedażowe
- Tworzenie treści o długim cyklu życia (evergreen content)
- Planowanie treści wielokrotnego wykorzystania
- Ograniczanie nadprodukcji contentu
- Efektywne zarządzanie zasobami cyfrowymi

Moduł 4. Storytelling marki i budowanie autentycznego przekazu

- Budowanie historii marki
- Storytelling w mediach społecznościowych
- Emocje w komunikacji marketingowej
- Autentyczność jako element budowania zaufania
- Komunikowanie wartości społecznych i środowiskowych marki

Moduł 5. Strategia treści i planowanie publikacji

- Tworzenie filarów komunikacyjnych
- Budowanie harmonogramu publikacji
- Dopasowanie treści do kanałów komunikacji
- Spójność komunikacji marki
- Planowanie działań zgodnie z zasadami efektywnego wykorzystania zasobów

Moduł 6. Dystrybucja treści i odpowiedzialne wykorzystanie narzędzi cyfrowych

- Kanały dystrybucji treści
- Optymalizacja publikacji
- Budowanie zaangażowania odbiorców
- Racjonalne wykorzystanie narzędzi marketingowych i AI
- Ograniczanie cyfrowego śladu środowiskowego

Moduł 7. Analiza skuteczności komunikacji i zielone kompetencje w marketingu

- Analiza efektywności działań content marketingowych
- Interpretacja wyników komunikacji
- Optymalizacja strategii treści
- Zrównoważone planowanie działań marketingowych
- Dobre praktyki zielonych kompetencji w branży reklamowej i cyfrowej

validacja (15min)

Validacja przeprowadzana jest na zakończenie szkolenia i obejmuje weryfikację wiedzy oraz umiejętności uczestnika.

Część teoretyczna – test wiedzy (10 minut) Uczestnik przystępuje do testu sprawdzającego znajomość zagadnień omawianych podczas szkolenia.

Część praktyczna – obserwacja w warunkach symulowanych (5 minut) Validacja umiejętności odbywa się poprzez obserwację uczestnika podczas wykonywania zadania praktycznego.

Dla lepszego przyswojenia programu szkoleń Uczestnicy otrzymają materiały dydaktyczne oraz przeprowadzony zostanie test sprawdzający wiedzę przed i po szkoleniu, którego ukończenie pozwoli Uczestnikom uzupełnienie i uporządkowanie dotychczasowej wiedzy.

Usługa prowadzona jest w formie ćwiczeń, zajęć praktycznych, wykładu oraz dyskusji z uczestnikami szkolenia.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 14

| Przedmiot / temat | Typ aktywności | Prowadzący | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|--|----------------|-------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| 1 z 14 Moduł 1. Fundamenty komunikacji marketingowej i odpowiedzialnej komunikacji marki | Zajęcia | Joanna Rudziewicz | 14-09-2026 | 08:00 | 11:00 | 03:00 |
| 2 z 14 - | Przerwa | - | 14-09-2026 | 11:00 | 11:15 | 00:15 |
| 3 z 14 Moduł 2. Tworzenie przekazów marketingowych zgodnych z zasadami etyki i transparentności | Zajęcia | Joanna Rudziewicz | 14-09-2026 | 11:15 | 12:45 | 01:30 |
| 4 z 14 - | Przerwa | - | 14-09-2026 | 12:45 | 13:15 | 00:30 |
| 5 z 14 Moduł 3. Content marketing i tworzenie wartościowych treści | Zajęcia | Joanna Rudziewicz | 14-09-2026 | 13:15 | 14:45 | 01:30 |
| 6 z 14 - | Przerwa | - | 14-09-2026 | 14:45 | 15:00 | 00:15 |
| 7 z 14 Moduł 4. Storytelling marki i budowanie autentycznego przekazu | Zajęcia | Joanna Rudziewicz | 14-09-2026 | 15:00 | 16:00 | 01:00 |
| 8 z 14 Moduł 5. Strategia treści i planowanie publikacji | Zajęcia | Joanna Rudziewicz | 26-09-2026 | 08:00 | 09:30 | 01:30 |
| 9 z 14 - | Przerwa | - | 26-09-2026 | 09:30 | 09:45 | 00:15 |

| Przedmiot / temat | Typ aktywności | Prowadzący | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|--|----------------|-------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| 10 z 14 Moduł 6. Dystrybucja treści i odpowiedzialne wykorzystanie narzędzi cyfrowych | Zajęcia | Joanna Rudziewicz | 26-09-2026 | 09:45 | 12:45 | 03:00 |
| 11 z 14 - | Przerwa | - | 26-09-2026 | 12:45 | 13:15 | 00:30 |
| 12 z 14 Moduł 7. Analiza skuteczności komunikacji i zielone kompetencje w marketingu | Zajęcia | Joanna Rudziewicz | 26-09-2026 | 13:15 | 15:30 | 02:15 |
| 13 z 14 - | Przerwa | - | 26-09-2026 | 15:30 | 15:45 | 00:15 |
| 14 z 14 - | Walidacja | - | 26-09-2026 | 15:45 | 16:00 | 00:15 |

Podsumowanie

| Rodzaj godzin | Liczba godzin |
|--------------------------------------|---------------|
| Suma godzin zegarowych usługi | 16:00 |
| w tym suma godzin zajęć | 13:45 |
| w tym suma godzin walidacji | 00:15 |
| w tym suma przerw | 02:00 |
| Suma godzin dydaktycznych bez przerw | 18:30 |

Cennik

Cennik

| Rodzaj ceny | Cena |
|---|--------------|
| Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto | 5 100,00 PLN |
| Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT | |

| | |
|--|--------------|
| Koszt przypadający na 1 uczestnika netto | 5 100,00 PLN |
| Koszt osobogodziny brutto | 318,75 PLN |
| Koszt osobogodziny netto | 318,75 PLN |

Liczba godzin usługi

| Rodzaj godzin | Liczba godzin |
|---------------------------------|---------------|
| Liczba godzin zegarowych usługi | 16:00 |

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Joanna Rudziewicz

specjalistka ds. marketingu, strategii komunikacji oraz produkcji treści wizualnych. Od wielu lat aktywnie związana z branżą marketingową, gdzie zdobywała doświadczenie zarówno w pracy agencyjnej, jak i po stronie marek.

W ostatnich latach systematycznie podnosiła swoje kompetencje w obszarach nowoczesnego marketingu, w szczególności w zakresie strategii komunikacji cyfrowej, analityki marketingowej, budowania lejków sprzedażowych, content marketingu oraz projektowania komunikacji wizualnej. Rozwijała umiejętności związane z marketingiem efektywnościowym, e-commerce oraz tworzeniem spójnych strategii obecności marek w kanałach online.

Posiada praktyczne doświadczenie w realizacji kampanii marketingowych, zarządzaniu projektami, SEO, social media oraz produkcji materiałów foto i video dla firm i marek osobistych.

Obecnie prowadzi własną agencję marketingową Eleo Media, w ramach której realizuje strategie marketingowe B2B, działania wizerunkowe oraz projekty contentowe. Równolegle prowadzi szkolenia i warsztaty z zakresu marketingu, komunikacji marki oraz budowania skutecznych działań promocyjnych.

Specjalizuje się w łączeniu podejścia strategicznego z praktyką rynkową.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały w postaci prezentacji i skryptu zostaną udostępnione uczestnikom podczas usługi oraz po jej realizacji.

Warunki uczestnictwa

Warunkiem skorzystania z usługi jest bezpośredni zapis na usługę za pośrednictwem Bazy Usług Rozwojowych oraz wypełnienie ankiety oceniającej usługę rozwojową.

Informacje dodatkowe

Usługa jest zwolniona z podatku VAT w przypadku, kiedy dofinansowanie wynosi co najmniej 70%. W innej sytuacji do ceny netto doliczany jest podatek VAT w wysokości 23%. Podstawa: §3 ust. 1 pkt. 14 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20.12.2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz szczegółowych warunków stosowania tych zwolnień (Dz.U. z 2018 r., poz. 701).

Usługa rozwojowa nie jest świadczona przez podmiot pełniący funkcję Operatora lub Partnera Operatora w danym projekcie PSF lub w którymkolwiek Regionalnym Programie lub FERS albo przez podmiot powiązany z Operatorem lub Partnerem kapitałowo lub osobowo.

Cena usługi nie obejmuje kosztów niezwiązanych bezpośrednio z usługą rozwojową, w szczególności kosztów środków trwałych przekazywanych Uczestnikom/-czkom projektu, kosztów dojazdu i zakwaterowania

Adres

ul. Sprzętowa 6/1
10-467 Olsztyn
woj. warmińsko-mazurskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Wi-fi

Kontakt



Leszek Śliwiński

E-mail szkolenia@eduvero.pl

Telefon (+48) 720 450 441