



Interactive  
Advertising Institute  
Sp. z o.o.

★★★★★ 4,6 / 5

126 ocen

## Content marketing i web-writing z elementami AI - szkolenie

Numer usługi 2026/07/20/161607/3698003

- 📄 Usługa szkoleniowa
- 📺 zdalna w czasie rzeczywistym
- 👥 Zajęcia grupowe
- 🕒 12:00 h
- 📅 05.10.2026 do 07.10.2026

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 ⓘ

## 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

02-10-2026

# 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                                      |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|
| WIEDZA: 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 |
|                                                                                                               | wskazuje odpowiednie treści multimedialne do użycia w działaniach content marketingowych firmy (grafiki, video, audio) | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
| UMIEJĘTNOŚCI: planuje i prowadzi odpowiednie działania w zakresie wykorzystania treści content marketingowych | 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 |
|                                                                                                               | realizuje strategię content marketingową przedsiębiorstwa                                                              | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
| KOMPETENCJE SPOŁECZNE: Rozwija zdolności analityczne oraz umiejętności komunikacyjne                          | 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 wyrażnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem zawierają opis efektów uczenia się?**

TAK

**Pytanie 2. Czy dokument lub wyrażnie 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 wyrażnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?**

TAK

## Program

### 1. Content Marketing krok po kroku - 3 h 45 min (teoria 2 h, praktyka 1 h 45 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 (lead, sprzedaż) – przykłady B2C i B2B

### 2. Jak promować i dystrybuować treści w kanałach elektronicznych i pozyskiwać użytkowników? - 3 h 45 min (teoria 2 h, praktyka 1 h 45 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 - 1 h 55 min (teoria 1 h, praktyka 55 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 40 min (teoria 1 h, praktyka 40 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: test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie. Osoba przeprowadzająca walidację przekazuje uczestnikowi jedynie link do testu i sprawuje nadzór nad jego rzetelnym wypełnieniem, a sprawdzenie prawidłowości odpowiedzi odbywa się automatycznie na podstawie przygotowanego przez trenera klucza odpowiedzi.

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 - 80%.

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

Ćwiczenia praktyczne będą obejmować m.in.:

- 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: 10

| Przedmiot / temat                                                                                                 | Typ aktywności | Prowadzący         | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|--------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| <div>1 z 10</div> Content Marketing<br>krok po kroku<br>- ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu | Zajęcia        | Anna Ledwoń-Blacha | 05-10-2026            | 09:00               | 10:55               | 01:55         |
| <div>2 z 10</div> -                                                                                               | Przerwa        | -                  | 05-10-2026            | 10:55               | 11:10               | 00:15         |
| <div>3 z 10</div> Content Marketing<br>krok po kroku<br>- ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu | Zajęcia        | Anna Ledwoń-Blacha | 05-10-2026            | 11:10               | 13:00               | 01:50         |

| Przedmiot / temat                                                                                                                                          | Typ aktywności | Prowadzący         | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|--------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| 4 z 10 Jak promować i dystrybuować treści w kanałach elektronicznych i pozyskiwać użytkowników ? - ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu | Zajęcia        | Anna Ledwoń-Blacha | 06-10-2026            | 09:00               | 10:55               | 01:55         |
| 5 z 10 -                                                                                                                                                   | Przerwa        | -                  | 06-10-2026            | 10:55               | 11:10               | 00:15         |
| 6 z 10 Jak promować i dystrybuować treści w kanałach elektronicznych i pozyskiwać użytkowników ? - ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu | Zajęcia        | Anna Ledwoń-Blacha | 06-10-2026            | 11:10               | 13:00               | 01:50         |
| 7 z 10 Web-writing i copywriting w projektach online - ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu                                             | Zajęcia        | Anna Ledwoń-Blacha | 07-10-2026            | 09:00               | 10:55               | 01:55         |
| 8 z 10 -                                                                                                                                                   | Przerwa        | -                  | 07-10-2026            | 10:55               | 11:10               | 00:15         |
| 9 z 10 Pomiar skuteczności contentu online - ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu                                                       | Zajęcia        | Anna Ledwoń-Blacha | 07-10-2026            | 11:10               | 12:50               | 01:40         |

| Przedmiot / temat | Typ aktywności | Prowadzący | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|-------------------|----------------|------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| 10 z 10 -         | Walidacja      | -          | 07-10-2026            | 12:50               | 13:00               | 00:10         |

### Podsumowanie

| Rodzaj godzin                        | Liczba godzin |
|--------------------------------------|---------------|
| Suma godzin zegarowych usługi        | 12:00         |
| w tym suma godzin zajęć              | 11:05         |
| w tym suma godzin walidacji          | 00:10         |
| w tym suma przerw                    | 00:45         |
| Suma godzin dydaktycznych bez przerw | 15:00         |

### Cennik

Jeżeli korzystasz z dofinansowania i usługa stanowi usługę kształcenia zawodowego lub przekwalifikowania zawodowego wraz z usługą lub dostawą towarów ściśle związaną z usługami kształcenia zawodowego lub przekwalifikowania zawodowego to możesz mieć możliwość skorzystania za zwolnienia z podatku VAT na podstawie art. 43 ust. 1 pkt 29 lit. c ustawy z dnia 11 marca 2024 r. o podatku od towarów i usług, jeśli usługa w całości jest finansowana ze środków publicznych lub § 3 ust. 1 pkt 14 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20 grudnia 2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień w przypadku, gdy usługa jest finansowana w co najmniej 70% ze środków publicznych.

### 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   |

### Liczba godzin usługi

| Rodzaj godzin | Liczba godzin |
|---------------|---------------|
|---------------|---------------|

# Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

## Anna Ledwoń-Blacha

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. 80% frekwencji.

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

W przypadku zapisów komercyjnych, bez dofinansowania i ID wsparcia prosimy o zapisy przez stronę: [www.dimaq.pl](http://www.dimaq.pl).

## Informacje dodatkowe

Usługa szkoleniowa 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%.

Jeśli szkolenie spełnia powyższe warunki i Uczestnik/Pracodawca chce, aby faktura była wystawiona bez podatku VAT, prosimy o taką informację przed rozpoczęciem szkolenia na mail: [szkolenia@dimaq.eu](mailto:szkolenia@dimaq.eu).

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