



Strategia content marketing w przedsiębiorstwie

Numer usługi 2026/07/20/199303/3698282

3 570,00 PLN brutto

3 570,00 PLN netto

223,13 PLN brutto/h

223,13 PLN netto/h

233,33 PLN cena rynkowa ⓘ

THE GLOW SPÓŁKA
Z OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚ
CIĄ

★★★★★ 4,8 / 5

229 ocen

🏠 Usługa szkoleniowa

📄 zdalna w czasie rzeczywistym

👥 Zajęcia grupowe

🕒 16:00 h

📅 30.09.2026 do 01.10.2026

Informacje podstawowe

Kategoria	Informatyka i telekomunikacja / Internet
Grupa docelowa usługi	Szkolenie przeznaczone jest dla przedsiębiorców, właścicieli firm, kadry zarządzającej oraz pracowników odpowiedzialnych za działania marketingowe w przedsiębiorstwie, którzy chcą rozwijać umiejętności planowania i realizacji skutecznych strategii content marketingowych, w tym działań prowadzonych w środowisku cyfrowym i mediach społecznościowych.
Minimalna liczba uczestników	10
Maksymalna liczba uczestników	30
Data zakończenia rekrutacji	29-09-2026
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Znak Jakości Małopolskich Standardów Usług Edukacyjno-Szkoleniowych (MSUES) - wersja 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Celem szkolenia jest przygotowanie uczestników do samodzielnego planowania, tworzenia i wdrażania strategii content marketingowej w przedsiębiorstwie. Uczestnicy nauczą się analizować potrzeby odbiorców, planować komunikację marketingową, budować spójny wizerunek marki oraz tworzyć wartościowe treści zwiększające skuteczność działań marketingowych w środowisku cyfrowym, w tym w mediach społecznościowych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Wiedza: Charakteryzuje zasady planowania i realizacji strategii content marketingowej w przedsiębiorstwie.	- Analizuje przykłady strategii content marketingowych stosowanych w przedsiębiorstwach.	Wywiad ustrukturyzowany
Umiejętności: Tworzy treści content marketingowe oraz plan publikacji dopasowany do celów i specyfiki przedsiębiorstwa.	- Opracowuje strategię contentową oraz harmonogram publikacji dopasowanych do celów i specyfiki przedsiębiorstwa.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Kompetencje społeczne: Odpowiedzialnie realizuje działania contentowe i komunikuje się z zespołem lub klientem.	- Realizuje zadania zgodnie z zasadami etyki i bezpieczeństwa w sieci.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych

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

Dzień 1 – 8 godzin

1. Wprowadzenie do content marketingu w przedsiębiorstwie

– rola treści w budowaniu marki przedsiębiorstwa

– różnice między content marketingiem a social media marketingiem

2. Analiza grupy docelowej i potrzeb odbiorców

- tworzenie person
- identyfikacja problemów i motywacji klientów
- dopasowanie formy treści do odbiorców

3. Elementy skutecznej strategii content marketingowej

- cele marketingowe
- kanały komunikacji (Instagram, TikTok, Facebook, blog, Reels)
- dobór formatów treści

4. Budowanie wizerunku marki i storytelling

- jak tworzyć spójny tone of voice
- struktura dobrego komunikatu
- storytelling w komunikacji marki

5. Warsztat praktyczny – analiza przykładowych profili/treści

- ocena spójności
- identyfikacja błędów
- omówienie najlepszych praktyk

Dzień 2 – 8 godzin

1. Tworzenie treści zgodnych ze strategią

- pisanie postów marketingowych
- tworzenie opisów sprzedażowych
- tworzenie treści edukacyjnych i angażujących

2. Projektowanie materiałów graficznych w narzędziach online

- Canva: układy, grafiki, miniatury
- przygotowywanie szablonów graficznych dla przedsiębiorstw

3. Planowanie harmonogramu publikacji

- tworzenie miesięcznego content planu
- częstotliwość działań
- cykle tematyczne i serie treści

4. Dystrybucja treści i zwiększanie zasięgu

- zasady publikacji
- CTA
- cross-posting i wykorzystanie wielu kanałów

5. Monitoring, analiza i optymalizacja działań

- jak analizować wyniki treści
- mierniki sukcesu (KPI)

- wprowadzanie zmian w strategii
- 6. Warsztat końcowy – stworzenie mini strategii content marketingowej
- uczestnik opracowuje krótki plan działań
- indywidualna prezentacja i omówienie

Teoria: 7,45 godzin.

Praktyka: 7,45 godzin.

Walidacja efektów uczenia się: 0,5 godzina (online).

Zajęcia są prowadzone w godzinach zegarowych.

Walidacja efektów szkolenia zostanie przeprowadzona w ostatnim dniu szkolenia i będzie miała charakter niezależny od procesu kształcenia.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 7

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 7 aaa	Zajęcia	Daniel Kaczmarek	30-09-2026	12:30	16:00	03:30
2 z 7 -	Przerwa	-	30-09-2026	16:00	17:00	01:00
3 z 7 ccc	Zajęcia	Mikołaj Sikora	30-09-2026	17:00	20:30	03:30
4 z 7 bbb	Zajęcia	Izabela Bełc-Kaczmarek	01-10-2026	13:00	16:00	03:00
5 z 7 -	Przerwa	-	01-10-2026	16:00	17:00	01:00
6 z 7 nnn	Zajęcia	Izabela Bełc-Kaczmarek	01-10-2026	17:00	20:30	03:30
7 z 7 -	Walidacja	-	01-10-2026	20:30	21:00	00:30

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	16:00
w tym suma godzin zajęć	13:30
w tym suma godzin walidacji	00:30

Rodzaj godzin	Liczba godzin
w tym suma przerw	02:00
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	18:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	3 570,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT	
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	3 570,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	223,13 PLN
Koszt osobogodziny netto	223,13 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	16:00

Prowadzący

Liczba prowadzących: 3



1 z 3

Daniel Kaczmarek

Daniel Kaczmarek – twórca jednych z największych polskich i międzynarodowych serwisów rozrywkowych i lifestyle'owych, m.in. Kozaczek.pl, Para Los Curiosos i Dla Ciekawskich. Projekty, które współtworzył i prowadził, zgromadziły łącznie wielomilionową społeczność i zbudowały silną pozycję w globalnym ekosystemie mediów cyfrowych.

Specjalizuje się w rozwoju marek online, a do ich wizerunku podchodzi holistycznie – łączy strategię, estetykę, analitykę i narzędzia marketingowe w spójny system. Jest analityczny i z powodzeniem bada wzajemne wpływy różnych obszarów obecności marki w sieci: od treści i SEO, przez social media, po działania płatne i dane użytkowników. Jego wiedza obejmuje praktyczne wykorzystanie narzędzi reklamowych Meta i Google, dzięki czemu potrafi precyzyjnie skalować projekty i

optymalizować ich wyniki.

W szkoleniach bazuje na realnych case studies i wieloletniej praktyce w prowadzeniu dużych, międzynarodowych projektów, dzięki czemu uczestnicy dostają konkretne, sprawdzone rozwiązania. Doświadczenie zawodowe zdobyte nie wcześniej niż 5 lat przed datą publikacji usługi w BUR.



2 z 3

Izabela Bełc-Kaczmarek

Izabela Bełc-Kaczmarek – wykładowczyni akademicka i trenerka z wieloletnim doświadczeniem w obszarze komunikacji wizualnej, mediów i nowych technologii. Od kilkunastu lat związana z branżą medialną, gdzie pracowała m.in. jako redaktorka, twórczyni treści i konsultantka strategii komunikacyjnych. Prowadzi m.in. zajęcia z wystąpień publicznych, języka mediów oraz komunikacji wizualnej, łącząc wiedzę akademicką z praktyką branżową. Ma doświadczenie w prowadzeniu szkoleń dla firm i organizacji, w tym warsztatów z komunikacji wizualnej, budowania wizerunku w social mediach oraz wykorzystania AI w marketingu i tworzeniu treści. W swojej pracy stawia na praktyczne umiejętności, aktualne narzędzia i przejrzyste metody, które pomagają uczestnikom szybko wdrożyć zmiany w codziennej pracy. Doświadczenie zawodowe zdobyte nie wcześniej niż 5 lat przed datą publikacji usługi w BUR.



3 z 3

Mikołaj Sikora

Mikołaj Sikora – trener i specjalista w zakresie marketingu internetowego, mediów społecznościowych oraz wykorzystania narzędzi cyfrowych i sztucznej inteligencji w komunikacji marketingowej. Posiada doświadczenie w pracy z przedsiębiorstwami w obszarze budowania wizerunku marki w internecie, tworzenia strategii komunikacji oraz rozwijania obecności firm w mediach społecznościowych. Na co dzień zajmuje się planowaniem i realizacją działań marketingowych w internecie, tworzeniem treści do social mediów, analizą skuteczności kampanii marketingowych oraz wdrażaniem narzędzi wspierających promocję i sprzedaż w środowisku online. W swojej pracy wykorzystuje aktualne rozwiązania technologiczne, w tym narzędzia oparte na sztucznej inteligencji, które usprawniają proces tworzenia treści oraz komunikacji marketingowej. Prowadzi szkolenia oraz warsztaty z zakresu marketingu w mediach społecznościowych, tworzenia treści marketingowych, budowania wizerunku marki w internecie oraz wykorzystywania nowoczesnych narzędzi cyfrowych w promocji działalności gospodarczej. Podczas zajęć koncentruje się na praktycznych aspektach wykorzystania omawianych narzędzi i metod, tak aby uczestnicy mogli wdrożyć zdobytą wiedzę w swojej codziennej pracy. Doświadczenie zawodowe zdobyte nie wcześniej niż 5 lat przed datą publikacji usługi w BUR.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy szkolenia otrzymają komplet materiałów dydaktycznych przygotowanych na potrzeby realizacji szkolenia, umożliwiających praktyczne wykorzystanie zdobytej wiedzy i umiejętności w działalności przedsiębiorstwa, w tym:

- prezentację szkoleniową w formacie PDF,
- zestaw arkuszy roboczych oraz ćwiczeń praktycznych wspierających realizację zagadnień omawianych podczas szkolenia,
- checklisty, wzory i narzędzia do samodzielnego wykorzystania w bieżącej działalności przedsiębiorstwa,
- przykładowe treści, schematy komunikacji oraz gotowe szablony do dalszej edycji i adaptacji,
- listę rekomendowanych narzędzi i aplikacji wykorzystywanych w działaniach content marketingowych,

- dostęp do materiałów dodatkowych oraz nagrań (w przypadku realizacji szkolenia w formule online).

Materiały szkoleniowe udostępniane są uczestnikom w formie elektronicznej.

Warunki uczestnictwa

Uczestnikiem szkolenia może być osoba zainteresowana rozwojem kompetencji z zakresu marketingu, w szczególności działań content marketingowych, komunikacji w mediach cyfrowych oraz wykorzystania nowoczesnych narzędzi wspierających procesy marketingowe w przedsiębiorstwie.

Wymagana jest podstawowa umiejętność obsługi komputera lub smartfona oraz dostęp do Internetu.

Udział w szkoleniu nie wymaga posiadania wcześniejszych kwalifikacji ani doświadczenia zawodowego w obszarze marketingu.

Informacje dodatkowe

Szkolenie ma charakter praktyczny i obejmuje ćwiczenia, analizy oraz pracę warsztatową opartą na przykładach zastosowań w działalności przedsiębiorstw.

Po zakończeniu szkolenia uczestnik otrzymuje imienne zaświadczenie potwierdzające udział w szkoleniu oraz nabyte kompetencje.

W przypadku realizacji szkolenia w formule online, link do spotkania zostanie przesłany uczestnikom drogą elektroniczną przed rozpoczęciem zajęć.

Szkolenie realizowane jest z wykorzystaniem platformy MS Teams. Link do platformy zostanie udostępniony uczestnikom najpóźniej na 1 dzień przed planowanym terminem szkolenia.

Warunki techniczne

- stabilne łącze internetowe,
- komputer, laptop lub tablet z kamerą i mikrofonem,
- aktualna przeglądarka internetowa,
- możliwość korzystania z aplikacji szkoleniowych (np. Canva, ChatGPT, Meta Business Suite),
- dostęp do poczty e-mail w celu odbioru materiałów.

Kontakt



Zuzanna Nogaj

E-mail tnogaj@icloud.com

Telefon (+48) 882 713 548