



## Strategia content marketing w przedsiębiorstwie

Numer usługi 2026/07/20/199303/3698452

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

📅 04.11.2026 do 05.11.2026

## 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     | 03-11-2026                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 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                     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|
| <b>Wiedza:</b><br>Charakteryzuje zasady planowania i realizacji strategii content marketingowej w przedsiębiorstwie.              | - Analizuje przykłady strategii content marketingowych stosowanych w przedsiębiorstwach.                          | Wywiad ustrukturyzowany              |
| <b>Umiejętności:</b><br>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  |
| <b>Kompetencje społeczne:</b><br>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       | 04-11-2026            | 12:30               | 16:00               | 03:30         |
| 2 z 7 -           | Przerwa        | -                      | 04-11-2026            | 16:00               | 17:00               | 01:00         |
| 3 z 7 ccc         | Zajęcia        | Mikołaj Sikora         | 04-11-2026            | 17:00               | 20:30               | 03:30         |
| 4 z 7 bbb         | Zajęcia        | Izabela Bełc-Kaczmarek | 05-11-2026            | 13:00               | 16:00               | 03:00         |
| 5 z 7 -           | Przerwa        | -                      | 05-11-2026            | 16:00               | 17:00               | 01:00         |
| 6 z 7 nnn         | Zajęcia        | Izabela Bełc-Kaczmarek | 05-11-2026            | 17:00               | 20:30               | 03:30         |
| 7 z 7 -           | Walidacja      | -                      | 05-11-2026            | 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         |
|---------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| <b>Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto</b>                                | 3 570,00 PLN |
| Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT |              |
| <b>Koszt przypadający na 1 uczestnika netto</b>                                 | 3 570,00 PLN |
| <b>Koszt osobogodziny brutto</b>                                                | 223,13 PLN   |
| <b>Koszt osobogodziny netto</b>                                                 | 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