



Strategia content marketing w przedsiębiorstwie

Numer usługi 2026/09/18/199303/3819783

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

232 oceny

🏠 Usługa szkoleniowa

📺 zdalna w czasie rzeczywistym

👥 Zajęcia grupowe

🕒 16:00 h

📅 12.11.2026 do 13.11.2026

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	11-11-2026
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
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

Program szkolenia

1. Fundamenty content marketingu i rola treści w biznesie Pojęcie i cele content marketingu oraz jego miejsce w działaniach przedsiębiorstwa. Rola treści w budowaniu rozpoznawalności marki, pozyskiwaniu klientów i wspieraniu sprzedaży. Omówienie podstawowych formatów i kanałów publikacji treści. Powiązanie działań content marketingowych z celami biznesowymi przedsiębiorstwa. Zasady tworzenia spójnej i długofalowej komunikacji marki.

2. Odbiorca, persona i język korzyści Identyfikacja i charakterystyka grupy docelowej. Tworzenie persony klienta z uwzględnieniem jego potrzeb, problemów, oczekiwań i sposobu podejmowania decyzji. Dopasowanie języka i sposobu komunikacji do określonego odbiorcy. Rozróżnienie cech produktu lub usługi od korzyści dla klienta. Praktyczne wykorzystanie języka korzyści podczas tworzenia treści marketingowych.
3. Strategia komunikacji marki i rodzaje treści Określanie celów komunikacji oraz głównych tematów i obszarów komunikacyjnych marki. Dobór rodzaju treści do etapu kontaktu odbiorcy z marką. Treści edukacyjne, eksperckie, wizerunkowe, angażujące i sprzedażowe. Dopasowanie formatów treści do wykorzystywanych kanałów komunikacji. Budowanie spójnego stylu i przekazu marki.
4. Storytelling i warsztat mini-strategii Wykorzystanie storytellingu w komunikacji przedsiębiorstwa. Elementy skutecznej historii i sposoby budowania narracji angażującej odbiorcę. Łączenie historii marki, produktu lub usługi z potrzebami klienta. Praktyczne opracowanie mini-strategii content marketingowej obejmującej cel, odbiorców, główne tematy komunikacji, rodzaje treści oraz kanały ich publikacji.
5. Od strategii do konkretnej treści Przełożenie założeń strategii content marketingowej na konkretne materiały komunikacyjne. Dobór tematu, celu i formatu publikacji. Konstrukcja treści: nagłówek, wprowadzenie, rozwinięcie, argumentacja i wezwanie do działania. Dostosowanie komunikatu do kanału oraz grupy docelowej. Praktyczne przygotowanie przykładowych treści zgodnych z przyjętą strategią.
6. Kalendarz treści i planowanie tygodniowe Tworzenie kalendarza publikacji i organizacja procesu przygotowywania treści. Planowanie tematów, formatów, kanałów i terminów publikacji. Ustalanie częstotliwości komunikacji. Grupowanie i cykliczne wykorzystywanie tematów. Przygotowanie tygodniowego planu treści uwzględniającego cele komunikacyjne i potrzeby odbiorców.
7. Planowanie miesięczne, kampanie i dystrybucja treści Tworzenie miesięcznego planu content marketingowego. Planowanie kampanii tematycznych, promocyjnych i sprzedażowych. Dobór kanałów dystrybucji oraz dostosowanie materiałów do specyfiki poszczególnych kanałów. Ponowne wykorzystanie i przekształcanie treści w różne formaty. Zapewnienie ciągłości i spójności komunikacji w dłuższym okresie.
8. Analityka, optymalizacja i warsztat końcowy Określenie podstawowych wskaźników służących do oceny skuteczności content marketingu. Analiza zasięgu, zaangażowania, reakcji odbiorców i realizacji założonych celów. Identyfikowanie treści skutecznych oraz wymagających modyfikacji. Wyciąganie wniosków z danych i optymalizacja kolejnych działań. Warsztatowe opracowanie własnego planu działań content marketingowych.
- Walidacja efektów uczenia się Walidacja efektów uczenia się przeprowadzona przez osobę inną niż prowadzący zajęcia, z zachowaniem rozdzielności procesu kształcenia i walidacji. Weryfikacja osiągnięcia założonych efektów uczenia się zgodnie z metodami określonymi w karcie usługi.
- Podsumowanie szkolenia Podsumowanie zdobytej wiedzy i umiejętności, omówienie możliwości wykorzystania przygotowanej strategii i planu treści w przedsiębiorstwie oraz zakończenie szkolenia.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 16

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 16 Fundamenty content marketingu i rola treści w biznesie	Zajęcia	Izabela Bełc-Kaczmarek	12-11-2026	08:00	10:00	02:00
2 z 16 -	Przerwa	-	12-11-2026	10:00	10:05	00:05

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
3 z 16 Odbiorca, persona i język korzyści	Zajęcia	Daniel Kaczmarek	12-11-2026	10:05	12:05	02:00
4 z 16 -	Przerwa	-	12-11-2026	12:05	12:10	00:05
5 z 16 Strategia komunikacji marki i rodzaje treści	Zajęcia	Izabela Bełc-Kaczmarek	12-11-2026	12:10	14:10	02:00
6 z 16 -	Przerwa	-	12-11-2026	14:10	15:00	00:50
7 z 16 Storytelling i warsztat mini-strategii	Zajęcia	Daniel Kaczmarek	12-11-2026	15:00	16:00	01:00
8 z 16 Od strategii do konkretnej treści	Zajęcia	Izabela Bełc-Kaczmarek	13-11-2026	08:00	10:00	02:00
9 z 16 -	Przerwa	-	13-11-2026	10:00	10:05	00:05
10 z 16 Kalendarz treści i planowanie tygodniowe	Zajęcia	Daniel Kaczmarek	13-11-2026	10:05	12:05	02:00
11 z 16 -	Przerwa	-	13-11-2026	12:05	12:10	00:05
12 z 16 Planowanie miesięczne, kampanie i dystrybucja treści	Zajęcia	Izabela Bełc-Kaczmarek	13-11-2026	12:10	14:10	02:00
13 z 16 -	Przerwa	-	13-11-2026	14:10	15:00	00:50
14 z 16 Analityka, optymalizacja i warsztat końcowy	Zajęcia	Izabela Bełc-Kaczmarek	13-11-2026	15:00	15:30	00:30
15 z 16 -	Walidacja	-	13-11-2026	15:30	15:45	00:15

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
16 z 16 Podsumowanie i rozdanie dyplomów	Zajęcia	Izabela Beł-Kaczmarek	13-11-2026	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	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



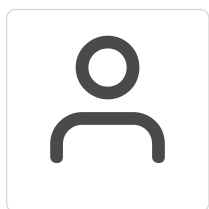
1 z 3

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. Powadzi 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