



Strategia content marketing w przedsiębiorstwie

Numer usługi 2026/01/28/199303/3289753

3 570,00 PLN brutto

3 570,00 PLN netto

223,13 PLN brutto/h

223,13 PLN netto/h

THE GLOW SPÓŁKA
Z OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚĆ
CIĄ

★★★★★ 4,8 / 5

118 ocen

📄 Usługa szkoleniowa

📺 zdalna w czasie rzeczywistym

🕒 16:00 h

📅 17.06.2026 do 18.06.2026

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

100

Data zakończenia rekrutacji

16-06-2026

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

Liczba godzin usługi

16

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 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 rozdzielanie 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).

Przerwy nie są wliczone w czas szkolenia.

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: 17

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 17 Wprowadzenie + cele szkolenia	Daniel Kaczmarek	17-06-2026	12:45	13:45	01:00
2 z 17 Rola content marketingu w przedsiębiorstwie	Mikołaj Sikora	17-06-2026	13:50	14:50	01:00
3 z 17 Budowa persony klienta	Mikołaj Sikora	17-06-2026	14:55	15:55	01:00
4 z 17 Analiza potrzeb klientów i język korzyści	Mikołaj Sikora	17-06-2026	16:00	17:00	01:00
5 z 17 Struktura strategii komunikacji firmy	Mikołaj Sikora	17-06-2026	17:15	18:15	01:00

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
6 z 17 Rodzaje treści: edukacyjne, sprzedażowe, wizerunkowe	Izabela Bełc-Kaczmarek	17-06-2026	18:20	19:20	01:00
7 z 17 Storytelling i emocje w content marketingu	Daniel Kaczmarek	17-06-2026	19:25	20:25	01:00
8 z 17 Ćwiczenie: mini-strategia dla wybranej firmy	Izabela Bełc-Kaczmarek	17-06-2026	20:25	21:25	01:00
9 z 17 Wprowadzenie do planowania contentu	Daniel Kaczmarek	18-06-2026	12:45	13:45	01:00
10 z 17 Kalendarz treści – zasady i struktura	Izabela Bełc-Kaczmarek	18-06-2026	13:50	14:50	01:00
11 z 17 Planowanie tygodniowe	Daniel Kaczmarek	18-06-2026	14:55	15:55	01:00
12 z 17 Planowanie miesięczne – schemat 30 dni	Izabela Bełc-Kaczmarek	18-06-2026	16:00	17:00	01:00
13 z 17 Optymalizacja treści – co działa, a co nie	Daniel Kaczmarek	18-06-2026	17:15	18:15	01:00
14 z 17 Praca warsztatowa w grupach	Izabela Bełc-Kaczmarek	18-06-2026	18:20	19:20	01:00
15 z 17 Tworzenie gotowego planu publikacji	Daniel Kaczmarek	18-06-2026	19:25	20:25	01:00
16 z 17 Walidacja	-	18-06-2026	20:25	20:55	00:30

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
17 z 17 Podsumowanie + omówienie planów uczestników	Daniel Kaczmarek	18-06-2026	20:55	21:25	00:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	3 570,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	3 570,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	223,13 PLN
Koszt osobogodziny netto	223,13 PLN

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.

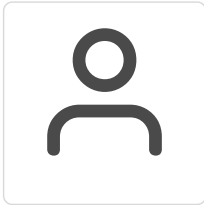
W szkoleniach bazuje na realnych case studies i wieloletniej praktyce w prowadzeniu dużych, międzynarodowych projektów, dzięki czemu uczestnicy dostają konkretne, sprawdzone rozwiązania. Doświadczenie zawodowe zdobyte nie wcześniej niż 5 lat przed datą publikacji usługi w BUR.

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.

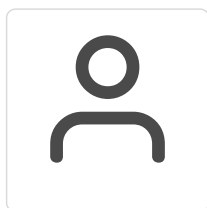
W przypadku realizacji szkolenia w formule online, link do spotkania zostanie przesłany uczestnikom drogą elektroniczną przed rozpoczęciem zajęć.

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