



KORYCKI &
GRACZYK
CONSULTING
GROUP SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚ
CIĄ

★★★★★ 4,9 / 5

661 ocen

Ekspert Content Marketingu – usługa szkoleniowa przygotowująca do nabycia kwalifikacji wolnorynkowej ujętej w Zintegrowanym Rejestrze Kwalifikacji: „Planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych (content marketing)” (kod kwalifikacji: 12629) (wersja skrócona)

Numer usługi 2026/03/27/161638/3443060

📍 Leszno

🏠 Usługa szkoleniowa

📄 mieszana (stacjonarna połączona z usługą zdalną w czasie rzeczywistym)

🕒 28:00 h

📅 28.06.2026 do 11.07.2026

6 027,00 PLN brutto

4 900,00 PLN netto

215,25 PLN brutto/h

175,00 PLN netto/h

250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Usługa szkoleniowa jest adresowana w szczególności do:

- specjalistów ds. marketingu,
- specjalistów ds. public relations,
- specjalistów ds. mediów społecznościowych,
- informatyków zajmujących się tworzeniem zawartości witryn internetowych i mediów społecznościowych,
- osób prowadzących lub tworzących blogi internetowe,
- webdeveloperów,
- administratorów stron i serwisów WWW,
- fotografów,
- operatorów filmowych,
- tłumaczy i lingwistów,
- specjalistów ds. eksportu,
- specjalistów ds. komunikacji wewnętrznej,
- pracowników działów HR,
- copywriterów,
- osób powracających na rynek pracy, w szczególności zainteresowanych wykonywaniem pracy zdalnej,
- redaktorów,
- dziennikarzy,
- reporterów,
- osób planujących świadczenie usług freelancerskich w obszarze content marketingu,
- osób chcących rozwijać kompetencje w zakresie planowania, tworzenia i dystrybucji treści marketingowych.

Maksymalna liczba uczestników	20
Data zakończenia rekrutacji	25-06-2026
Forma prowadzenia usługi	mieszana (stacjonarna połączona z usługą zdalną w czasie rzeczywistym)
Liczba godzin usługi	28
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Usługa szkoleniowa Ekspert Content Marketingu prowadzi do nabycia umiejętności planowania, tworzenia i dystrybuowania treści marketingowych zgodnie z wymaganiami kwalifikacji rynkowej ZRK „Planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych (content marketing)” poprzez przekazanie uporządkowanej wiedzy eksperckiej oraz praktyczne ćwiczenia warsztatowe.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Redaguje tekst dostosowany do kanału dystrybucji	rozdziela rodzaje/gatunki tekstów tworzonych dla wybranych kanałów dystrybucji	Test teoretyczny
	sporządza tekst odpowiedni do kanału dystrybucji na podstawie tekstu źródłowego	Obserwacja w warunkach symulowanych
	optymalizuje treści dla potrzeb marketingu w wyszukiwarkach (SEM, SEO, PPC)	Obserwacja w warunkach symulowanych
	omawia zasady przygotowania treści zgodnie z obowiązującym standardem WCAG	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Opracowuje materiały graficzne	rozdziela rodzaje materiałów graficznych	Obserwacja w warunkach symulowanych
	wymienia źródła materiałów graficznych	Test teoretyczny
	charakteryzuje formaty plików graficznych	Test teoretyczny
	tworzy scenariusz sesji zdjęciowej	Obserwacja w warunkach symulowanych
	wykonuje zdjęcia zgodnie z zasadami kompozycji	Analiza dowodów i deklaracji
	stosuje programy i aplikacje do obróbki zdjęć (kadruje, dodaje napisy, stosuje filtry graficzne)	Obserwacja w warunkach symulowanych
Opracowuje materiały audiowizualne	dostosowuje plik graficzny do kanału dystrybucji	Obserwacja w warunkach symulowanych
	przygotowuje wytyczne dla grafika komputerowego	Obserwacja w warunkach symulowanych
	rozdziela rodzaje/gatunki materiałów audiowizualnych	Test teoretyczny
	określa cel materiału audiowizualnego	Test teoretyczny
	tworzy scenariusz materiału audiowizualnego	Obserwacja w warunkach symulowanych
Opracowuje materiały audiowizualne	przygotowuje wytyczne dla wykonawcy materiału audiowizualnego	Obserwacja w warunkach symulowanych
	omawia zasady przygotowania materiałów audiowizualnych zgodnie z obowiązującym standardem WCAG	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Analizuje strategię marketingową przedsiębiorstwa	omawia dostępne działania marketingowe służące przygotowaniu treści marketingowych	Test teoretyczny
	analizuje narzędzia marketingowe stosowane w przedsiębiorstwie (strona internetowa, media społecznościowe, blogi, fora internetowe, grupy dyskusyjne, portale internetowe, artykuły prasowe, materiały drukowane) pod kątem treści marketingowej	Obserwacja w warunkach symulowanych
	charakteryzuje działania marketingowe podejmowane w przedsiębiorstwach o zbliżonym profilu działalności	Obserwacja w warunkach symulowanych
	sporządza prezentację dotyczącą strategii marketingowej przedsiębiorstwa	Analiza dowodów i deklaracji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Planuje działania związane z opracowaniem i dystrybucją treści marketingowych	rozpoznaje i charakteryzuje potrzeby przedsiębiorstwa np. na podstawie przeprowadzonego wywiadu	Obserwacja w warunkach symulowanych
	identyfikuje docelowe grupy odbiorców treści marketingowych	Obserwacja w warunkach symulowanych
	określa cele działań w zakresie treści marketingowych i wskaźniki ich realizacji	Obserwacja w warunkach symulowanych
	charakteryzuje kanały dystrybucji treści marketingowych	Test teoretyczny
	dobiera kanały dystrybucji do grup odbiorców oraz rodzaju treści marketingowych	Obserwacja w warunkach symulowanych
	wyszukuje tematy do tworzenia treści marketingowych	Obserwacja w warunkach symulowanych
	omawia zasady tworzenia treści marketingowych w zależności od kanału dystrybucji i grupy docelowej (z uwzględnieniem słów kluczowych, rodzajów treści multimedialnych, atrakcyjności i perswazyjności przekazu)	Test teoretyczny
	omawia przepisy prawa autorskiego i RODO w zakresie korzystania z utworu	Test teoretyczny
	planuje wykorzystanie innych zasobów do tworzenia treści marketingowych (z zewnątrz i wewnątrz przedsiębiorstwa)	Obserwacja w warunkach symulowanych
	tworzy harmonogram oraz określa zadania zespołu	Obserwacja w warunkach symulowanych
tworzy budżet opracowania i dystrybucji treści marketingowych	Obserwacja w warunkach symulowanych	
sporządza plan działań związanych z treściami marketingowymi	Obserwacja w warunkach symulowanych	

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Publikuje treści marketingowe	tworzy proste strony internetowe (w tym tzw. landing pages)	Analiza dowodów i deklaracji
	omawia znaczniki HTML oraz CSS według standardu W3C	Test teoretyczny
	wymienia systemy zarządzania treścią (CMS) oraz sprzedażowe (e-commerce)	Test teoretyczny
	wprowadza treści do systemów zarządzania treścią (CMS) oraz sprzedażowych (e-commerce)	Analiza dowodów i deklaracji
	omawia proces automatyzacji marketingu	Test teoretyczny
Monitoruje efekty wdrożenia treści marketingowych	rozdziela programy do monitorowania ruchu w internecie	Test teoretyczny
	dobiera narzędzie do monitorowania ruchu w internecie do kanału dystrybucji	Test teoretyczny
	charakteryzuje narzędzia umożliwiające przeszukiwanie mediów społecznościowych	Test teoretyczny
	analizuje i ocenia treści pod kątem zaangażowania użytkowników	Obserwacja w warunkach symulowanych
	omawia sposoby optymalizacji treści marketingowych (dobór narzędzi dystrybucji, zmiana treści, grafik, materiałów audiowizualnych)	Obserwacja w warunkach symulowanych

Kwalifikacje

Kwalifikacje włączone do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji

Kwalifikacje	Planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych (content marketing)
Kod kwalifikacji zarejestrowanej w ZRK	12629

Program

DZIEŃ 1 – Strategia content marketingu, dystrybucja i compliance publikacyjne (8 godzin zegarowych, w tym dwie przerwy 15-minutowe + 1 przerwa 45 minut)

09:00–09:45 | Otwarcie bootcampu: cele, potrzeby uczestników i standard pracy

- Cel bootcampu, logika pracy prowadzącej do przygotowania portfolio.
- Poznanie uczestników z uwzględnieniem branży, doświadczenia i celu zawodowego.
- Identyfikacja trudności w planowaniu, tworzeniu, publikacji i ocenie treści.
- Ustalenie zasad współpracy, informacji zwrotnej, poufności i pracy warsztatowej.
- Omówienie struktury portfolio i kryteriów oceny.

09:45–10:30 | Strategia content marketingowa w kontekście strategii firmy

- Miejsce content marketingu w strategii marketingowej i sprzedażowej organizacji.
- Przekład celów biznesowych na cele komunikacyjne i treściowe.
- Formułowanie wartości dla odbiorcy z wykorzystaniem języka korzyści i logiki decyzji zakupowej.
- Struktura prezentacji strategii content marketingowej dla klienta lub zespołu i zasady budowania czytelnych materiałów.

10:45–11:30 | Budowa strategii: wywiad strategiczny i dane wejściowe

- Cele i przebieg wywiadu strategicznego.
- Pozyskiwanie danych niezbędnych do opracowania strategii, analiza oferty, przewag konkurencyjnych i argumentów wartości.
- Identyfikacja grup docelowych, ich potrzeb, celów biznesowych, marketingowych i contentowych oraz KPI.
- Rozpoznawanie ograniczeń organizacyjnych, budżetowych, wizerunkowych i compliance.

11:30–13:00 | Strategia w praktyce: ćwiczenia na case'ach

- Symulacja wywiadu strategicznego. Porządkowanie informacji pod kątem użyteczności strategicznej.
- Opracowanie persony z uwzględnieniem problemów, motywacji, obiekcji i języka odbiorcy.
- Wykorzystanie modelu JTBD oraz identyfikacja momentów decyzyjnych na etapach TOFU, MOFU i BOFU.
- Ocena briefu i persony.

13:45–14:30 | Kanały dystrybucji treści i plan publikacji

- Rodzaje kanałów dystrybucji: owned, earned i paid media.
- Dobór kanału do celu komunikacyjnego, etapu ścieżki klienta i grupy docelowej.
- Dopasowanie formatu treści do kanału.
- Planowanie publikacji, cross-posting i repurpose content.
- Różnice pomiędzy dystrybucją organiczną i płatną.

14:30–15:15 | Wykorzystywanie narzędzi AI w content marketingu

- Rola narzędzi AI w researchu, planowaniu i optymalizacji działań content marketingowych.
- Tworzenie skutecznych promptów.
- Wykorzystanie AI do generowania tematów, struktur treści, planów publikacji i materiałów roboczych.
- Redakcja i kontrola jakości treści oraz identyfikacja ograniczeń, błędów i ryzyk etycznych i prawnych.

15:30–17:00 | Prawo autorskie, RODO i zgodność publikacji

- Podstawowe pojęcia prawa autorskiego: utwór, autor, prawa osobiste i majątkowe.
- Legalne korzystanie z cudzych tekstów, zdjęć, grafik, audio i wideo.
- Zasady licencjonowania, przenoszenia praw, dozwolonego użytku i prawa cytatu.

- Wizerunek w działaniach marketingowych i przesłanki legalnej publikacji.
- Podstawy prawne przetwarzania danych w marketingu, wymogi zgody, obowiązki informacyjne i ryzyka publikacyjne.

DZIEŃ 2 – Content marketing w praktyce: teksty, SEO/WCAG, grafika i materiały AV (8 godzin zegarowych, w tym dwie przerwy 15-minutowe + 1 przerwa 45 minut)

09:00–10:30 | Tworzenie tekstów marketingowych

- Rodzaje tekstów wykorzystywanych w content marketingu i ich funkcje.
- Specyfika treści publikowanych na stronach WWW, blogach, landing page'ach, w mediach społecznościowych i e-mail marketingu.
- Dobór formy tekstu do celu komunikacyjnego, etapu ścieżki odbiorcy i kanału.
- Dostosowanie długości, tonu komunikacji, poziomu formalności i CTA.
- Przekształcanie materiału źródłowego do różnych kanałów.

10:45–12:15 | SEO, SEM oraz WCAG w praktyce content marketingowej

- Znaczenie SEO i SEM w planowaniu widoczności treści. Intencje użytkownika i ich wpływ na strukturę treści, dobór słów kluczowych i priorytety komunikacyjne.
- Optymalizacja treści pod kątem tytułów, nagłówek, metaopisów, słów kluczowych i CTA.
- Zasady tworzenia treści dostępnych cyfrowo zgodnie z WCAG: czytelność, logika informacji, prosty język, alt-teksty i poprawna struktura.

13:00–14:30 | Grafika i fotografia w content marketingu

- Rodzaje materiałów wizualnych wykorzystywanych w content marketingu.
- Dobór formy wizualnej do celu komunikacyjnego, kanału dystrybucji i oczekiwanego efektu marketingowego.
- Legalne i praktyczne źródła materiałów graficznych oraz zasady ich wykorzystywania.
- Podstawowe formaty plików, kompozycja obrazu, hierarchia informacji wizualnej i planowanie materiału z uwzględnieniem re-use.

14:45–17:00 | Obróbka i adaptacja materiałów, brief kreatywny, podstawy materiałów AV

- Podstawowe zasady obróbki materiałów wizualnych z perspektywy komunikacji marketingowej.
- Kadrowanie, typografia, wariantowanie materiałów i podejście mobile-first.
- Adaptowanie jednego materiału do różnych kanałów.
- Tworzenie briefu dla grafika lub twórcy materiału audiowizualnego i uwzględnianie zasad dostępności i czytelności.

DZIEŃ 3 – Dystrybucja treści: landing page, CMS, e-commerce, automatyzacja i analityka (8 godzin zegarowych, dwie przerwy 15-minutowe + 1 przerwa 45 minut)

09:00–10:30 | Landing page: struktura, logika konwersji i przygotowanie do publikacji

- Rola landing page w działaniach content marketingowych i różnice względem standardowej strony informacyjnej.
- Logika konwersji i projektowanie ścieżki użytkownika.
- Elementy landing page'a: value proposition, korzyści, dowody społeczne, CTA, FAQ i elementy wzmacniające zaufanie.
- Dobór rozwiązania wdrożeniowego, minimum techniczne i checklista kontroli przed publikacją.

10:45–12:15 | CMS: publikacja treści, workflow i kontrola jakości

- Rola systemu CMS w organizacji i dystrybucji treści marketingowych.
- Przygotowanie materiału do publikacji z uwzględnieniem pól, kategorii, tagów, multimediów i struktury wpisu.
- Wersjonowanie treści, review, akceptacja i zasady jakości publikacyjnej.
- Workflow publikacji, role, odpowiedzialności i punkty utraty jakości.

13:00–14:30 | E-commerce i automatyzacja: treści wspierające sprzedaż

- Rola treści w procesie zakupowym w środowisku e-commerce.
- Projektowanie opisów produktowych, sekcji zaufania, FAQ oraz komunikatów odpowiadających na obiekcje klientów.
- Wykorzystanie treści do cross-sell i up-sell.
- Wprowadzanie treści do systemów e-commerce oraz podstawy automatyzacji marketingowej: segmentacja, trigger, sekwencje, KPI i optymalizacja.

14:45–16:15 | Monitoring, analityka i optymalizacja działań content marketingowych

- Kategorie narzędzi analitycznych oraz zasady ich doboru do celu i kanału.
- Powiązanie KPI z metrykami i narzędziami w obszarze WWW, landing page, e-mail marketingu, social media i e-commerce.
- Interpretacja danych bez nadmiernego skupienia na wskaźnikach pozornych.
- Social listening jako źródło informacji o trendach i potrzebach odbiorców. Formułowanie rekomendacji optymalizacyjnych.

16:15–17:00 | Podsumowanie pracy i przygotowanie do egzaminu

- Uporządkowanie rezultatów wypracowanych w trakcie trzech dni bootcampu.
- Omówienie sposobu spięcia portfolio w spójną prezentację kompetencji.
- Wskazanie najczęstszych błędów podczas walidacji i prezentacji efektów pracy.
- Sesja pytań i odpowiedzi.

DZIEŃ 4 – Walidacja kwalifikacji wolnorynkowej – „Planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych (content marketing)” (4 godziny zegarowe, w tym jedna przerwa 15-minutowa)

9:00 – 10:30 – część teoretyczna – test teoretyczny

10:45 – 13:00 – część praktyczna – rozwiązanie case study

- 1) Usługa realizowana jest w godzinach zegarowych, tj. za godzinę usługi szkoleniowej rozumie się 60 minut, **łącznie 28 godzin zegarowych**
- 2) Przerwy są wliczane w czas trwania szkolenia zgodnie z nowymi standardami świadczenia usług w Bazie Usług Rozwojowych.
- 3) Prowadzone w ramach szkolenia zajęcia realizowane są metodami interaktywnymi i aktywizującymi, rozumianymi jako metody umożliwiające uczenie się w oparciu o doświadczenie i pozwalające uczestnikom na ćwiczenie umiejętności.
- 4) **Minimalne wymagania:** Uczestnicy muszą ukończyć co najmniej 18 rok życia oraz posiadać co najmniej wykształcenie średnie (bez wymogu matury). Uczestnicy powinni posiadać przynajmniej minimalną wiedzę w zakresie pojęć marketingu internetowego, bez konieczności posiadania doświadczenia zawodowego w tej dziedzinie.
- 5) **Cel edukacyjny:** Usługa szkoleniowa Ekspert Content Marketingu prowadzi do nabycia umiejętności planowania, tworzenia i dystrybuowania treści marketingowych zgodnie z wymaganiami kwalifikacji rynkowej ZRK „Planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych (content marketing)” poprzez przekazanie uporządkowanej wiedzy eksperckiej oraz praktyczne ćwiczenia warsztatowe.
- 6) **Warunki organizacyjne:** Szkolenie (część merytoryczna) odbędzie się w formie zdalnej w czasie rzeczywistym na platformie komunikacyjnej Google Meet. Szkolenie przewidziane jest od pięciu do dwudziestu osób. Walidacja odbędzie się stacjonarnie w Lesznie pod adresem ul. Geodetów 1, 64-100 Leszno w Leszczyńskim Centrum Biznesu.
- 7) **Walidacja:** Proces walidacji odbędzie się w formie stacjonarnej w Lesznie w specjalnie przygotowanej sali komputerowej. Walidacja składa się z dwóch części: teoretycznej i praktycznej. Część teoretyczna jest wypełniona w Google Forms. Zakłada, że uczestnik odpowie w sposób rozbudowany na pytania otwarte, natomiast część praktyczna to rozwiązanie case study jako symulacja. Szczegółowe zasady walidacji opisane są w dokumentach na stronie internetowej Dostawcy Usług dostępnej pod linkiem: <https://www.korycki-graczyk.pl/zrk> w szczególności w scenariuszu walidacji. Komisja egzaminacyjna składa się z dwóch egzaminatorów spełniających wymogi wskazane w Obwieszczeniu Ministra dla wskazanej kwalifikacji wolnorynkowej.
- 8) **Grupa docelowa usługi:** Przede wszystkim osoby chcące uzyskać kwalifikację wolnorynkową ZRK „Planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych (content marketing)”, a szczegółowo została opisana w polu Grupa Docelowa Usługi.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 28

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
1 z 28 Otwarcie bootcampu: cele, potrzeby uczestników i standard pracy – rozmowa na żywo	MARTA SCHNEIDER	28-06-2026	09:00	09:45	00:45	Nie

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
2 z 28 Strategia content marketingowa w kontekście strategii firmy – wideokonferencja	MARTA SCHNEIDER	28-06-2026	09:45	10:30	00:45	Nie
3 z 28 Przerwa	MARTA SCHNEIDER	28-06-2026	10:30	10:45	00:15	Nie
4 z 28 Budowa strategii: wywiad strategiczny i dane wejściowe – współdzielenie ekranu	MARTA SCHNEIDER	28-06-2026	10:45	11:30	00:45	Nie
5 z 28 Strategia w praktyce: ćwiczenia na case'ach – ćwiczenia	MARTA SCHNEIDER	28-06-2026	11:30	13:00	01:30	Nie
6 z 28 Przerwa obiadowa	MARTA SCHNEIDER	28-06-2026	13:00	13:45	00:45	Nie
7 z 28 Kanały dystrybucji treści i plan publikacji – współdzielenie ekranu	MARTA SCHNEIDER	28-06-2026	13:45	14:30	00:45	Nie
8 z 28 Wykorzystywanie narzędzi AI w content marketingu – ćwiczenia	MARTA SCHNEIDER	28-06-2026	14:30	15:15	00:45	Nie
9 z 28 Przerwa	MARTA SCHNEIDER	28-06-2026	15:15	15:30	00:15	Nie

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
10 z 28 Prawo autorskie, RODO i zgodność publikacji – wideokonferencja	MARTA SCHNEIDER	28-06-2026	15:30	17:00	01:30	Nie
11 z 28 Tworzenie tekstów marketingowych – wideokonferencja	JAKUB MARCINKOWSKI	04-07-2026	09:00	10:30	01:30	Nie
12 z 28 Przerwa	JAKUB MARCINKOWSKI	04-07-2026	10:30	10:45	00:15	Nie
13 z 28 SEO, SEM oraz WCAG w praktyce content marketingowej – współdzielenie ekranu	JAKUB MARCINKOWSKI	04-07-2026	10:45	12:15	01:30	Nie
14 z 28 Przerwa obiadowa	JAKUB MARCINKOWSKI	04-07-2026	12:15	13:00	00:45	Nie
15 z 28 Grafika i fotografia w content marketingu – współdzielenie ekranu	JAKUB MARCINKOWSKI	04-07-2026	13:00	14:30	01:30	Nie
16 z 28 Przerwa	JAKUB MARCINKOWSKI	04-07-2026	14:30	14:45	00:15	Nie

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
17 z 28 Obróbka i adaptacja materiałów, brief kreatywny, podstawy materiałów AV – ćwiczenia	JAKUB MARCINKOWSKI	04-07-2026	14:45	17:00	02:15	Nie
18 z 28 Landing page: struktura, logika konwersji i przygotowanie do publikacji – współdzielenie ekranu	JAKUB MARCINKOWSKI	05-07-2026	09:00	10:30	01:30	Nie
19 z 28 Przerwa	JAKUB MARCINKOWSKI	05-07-2026	10:30	10:45	00:15	Nie
20 z 28 CMS: publikacja treści, workflow i kontrola jakości – współdzielenie ekranu	JAKUB MARCINKOWSKI	05-07-2026	10:45	12:15	01:30	Nie
21 z 28 Przerwa obiadowa	JAKUB MARCINKOWSKI	05-07-2026	12:15	13:00	00:45	Nie
22 z 28 E-commerce i automatyzacja: treści wspierające sprzedaż – współdzielenie ekranu	JAKUB MARCINKOWSKI	05-07-2026	13:00	14:30	01:30	Nie
23 z 28 Przerwa	JAKUB MARCINKOWSKI	05-07-2026	14:30	14:45	00:15	Nie

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
24 z 28 Monitoring, analityka i optymalizacja działań content marketingowych – ćwiczenia	JAKUB MARCINKOWSKI	05-07-2026	14:45	16:15	01:30	Nie
25 z 28 Podsumowanie pracy i przygotowanie do egzaminu – rozmowa na żywo	MARTA SCHNEIDER	05-07-2026	16:15	17:00	00:45	Nie
26 z 28 Walidacja - egzamin ZRK (część teoretyczna)	-	11-07-2026	09:00	10:30	01:30	Tak
27 z 28 Przerwa	-	11-07-2026	10:30	10:45	00:15	Tak
28 z 28 Walidacja - egzamin ZRK (część praktyczna)	-	11-07-2026	10:45	13:00	02:15	Tak

Cennik

Jeżeli korzystasz z dofinansowania w wysokości co najmniej 70% przysługuje Tobie zwolnienie z podatku VAT

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	6 027,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	4 900,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	215,25 PLN

Koszt osobogodziny netto	175,00 PLN
W tym koszt walidacji brutto	799,50 PLN
W tym koszt walidacji netto	650,00 PLN
W tym koszt certyfikowania brutto	123,00 PLN
W tym koszt certyfikowania netto	100,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 2



1 z 2

MARTA SCHNEIDER

Marta Schneider – ekspertka w dziedzinie marketingu, trenerka marketingu internetowego i kompetencji biznesowych. W ciągu ostatnich pięciu lat przeprowadziła ponad 1500 godzin szkoleń, w tym ponad 250 godzin zegarowych szkoleń z zakresu marketingu internetowego, obejmujących m.in. strategię komunikacji, tworzenie treści, budowanie marki, marketing w mediach społecznościowych oraz wykorzystanie narzędzi cyfrowych w działaniach promocyjnych. Obecnie pełni funkcję Dyrektora ds. Marketingu w instytucji szkoleniowej, gdzie odpowiada za planowanie i realizację działań marketingowych, rozwój komunikacji marki, koordynację projektów promocyjnych oraz wspieranie inicjatyw sprzedażowych i wizerunkowych. W swojej pracy łączy perspektywę strategiczną z praktycznym podejściem do biznesu, dzięki czemu potrafi przekładać założenia marketingowe na konkretne działania, mierzalne efekty i realną wartość dla organizacji. Jej szczególnym obszarem zainteresowań jest marketing kreatywny oraz innowacje marketingowe, zwłaszcza w sektorze edukacji, szkoleń i eventów. Z pasją analizuje nowe trendy komunikacyjne, niestandardowe formaty promocji, doświadczenia uczestników wydarzeń oraz sposoby budowania zaangażowania odbiorców. Wyróżnia ją wysoka kreatywność, bardzo dobre wyczucie estetyki komunikacji, a także umiejętność projektowania działań marketingowych, które są jednocześnie atrakcyjne, spójne z marką i osadzone w celach biznesowych.



2 z 2

JAKUB MARCINKOWSKI

Projektant graficzny oraz content marketer z ponad 8-letnim doświadczeniem w branży kreatywnej, łączącym światy sztuki, IT oraz biznesu. Jako magister sztuki, absolwent Projektowania Graficznego na Uniwersytecie Artystycznym w Poznaniu, specjalizuje się w tworzeniu identyfikacji wizualnych, plakatach oraz projektowaniu interfejsów (UX/UI design). W swojej pracy trenerskiej stawiam na pragmatyzm i efektywność – uczy, jak tworzyć design, który jest odważny i kreatywny, a jednocześnie praktyczny i wspierający cele biznesowe. Dzięki wieloletniej współpracy z czołowymi polskimi influencerami, agencjami oraz markami, na szkoleniach dzielę się z kursantami autentycznymi case study z rynku. Jego ogromną pasją, obok projektowania, jest technologia. Jako współtwórca projektu „Ogarniamy Systemy” oraz innowacyjnego narzędzia AI „DocsAura” (przekształcającego surowe dane w dokumenty wizualne), na co dzień automatyzuje procesy i wdrażam rozwiązania oszczędzające czas firm. Jako trener uczy, jak płynnie łączyć kreatywność z analitycznym podejściem oraz jak efektywnie wykorzystywać narzędzia sztucznej inteligencji w

codziennej pracy twórczej i biurowej. Ceni otwartą komunikację i partnerskie relacje, prowadząc kursantów przez cały proces projektowy – od pierwszej idei aż po udane wdrożenie.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Każdy uczestnik szkolenia otrzyma w wiadomości e-mail materiały szkoleniowe składające się z prezentacji multimedialnej oraz checklisty w formacie PDF.

Warunki uczestnictwa

Ukończony 18 rok życia oraz wykształcenie co najmniej średnie (bez wymogu matury).

Informacje dodatkowe

1. Jeśli szkolenie będzie dofinansowane ze środków publicznych w **co najmniej 70%**, będzie **zwolnione przedmiotowo z podatku VAT** (podstawa prawna: par. 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* (t.j. Dz. U. z 2023 r. poz. 955 z późn. zm.)).
2. Warunkiem otrzymania zaświadczenia o ukończeniu szkolenia jest **pozytywny wynik walidacji** oraz **frekwencja na poziomie co najmniej 80%**.

Warunki techniczne

1. **Platforma komunikacyjna** – Google Meet.

2. **Wymagania sprzętowe:**

- komputer z aktualnym systemem (Windows 10 lub nowszy / macOS 12 lub nowszy / aktualna dystrybucja Linux),
- aktualna przeglądarka (Chrome/Edge/Firefox/Safari – co najmniej dwie ostatnie wersje),
- stabilne łącze internetowe o przepustowości min. 10 Mb/s (pobieranie) i 2 Mb/s (wysyłanie),
- sprawna kamera komputerowa i mikrofon,
- sprawne słuchawki/ głośniki.

1. **Okres ważności linku:** od godziny zegarowej przed godziną rozpoczęcia szkolenia w dniu pierwszym do godziny zegarowej po zakończeniu szkolenia w dniu ostatnim.

Adres

ul. Geodetów 1
64-100 Leszno
woj. wielkopolskie

Walidacja w formie egzaminu zostanie przeprowadzona w sali dostosowanej do wytycznych ministerialnych, zlokalizowanej w Leszczyńskim Centrum Biznesu. Każdemu uczestnikowi zostanie zapewnione samodzielne stanowisko egzaminacyjne wyposażone w laptop z zainstalowanym oprogramowaniem umożliwiającym rozwiązanie testu teoretycznego oraz wykonanie zadania praktycznego w formie studium przypadku. Na czas trwania egzaminu każdy sprzęt będzie objęty monitoringiem aktywności użytkownika w celu ograniczenia ryzyka niesamodzielnego rozwiązywania zadań, zgodnie z treścią Obwieszczenia Ministra dotyczącego kwalifikacji o kodzie 12629. Przez cały czas trwania egzaminu obecny będzie również operator ds. technicznych posiadający wykształcenie średnie, zgodnie z wymaganiami określonymi w Obwieszczeniu.

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi
- Laboratorium komputerowe

Kontakt



WOJCIECH GRACZYK

E-mail wojciech.graczyk@korycki-graczyk.pl

Telefon (+48) 698 291 420