



KORYCKI &
GRACZYK
CONSULTING
GROUP SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚ
CIĄ

★★★★★ 4,9 / 5

720 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)

Numer usługi 2026/05/23/161638/3581112

📍 Poznań

🏠 Usługa szkoleniowa

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

👥 Zajęcia grupowe

🕒 32:00 h

📅 18.07.2026 do 01.08.2026

6 826,50 PLN brutto

5 550,00 PLN netto

213,33 PLN brutto/h

173,44 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 | 17-07-2026 |
| Forma prowadzenia usługi | mieszana (stacjonarna połączona z usługą zdalną w czasie rzeczywistym) |
| 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 |
| | dostosowuje plik graficzny do kanału dystrybucji | Obserwacja w warunkach symulowanych |
| | przygotowuje wytyczne dla grafika komputerowego | Obserwacja w warunkach symulowanych |
| Opracowuje materiały audiowizualne | rozdziela rodzaje/gatunki materiałów audiowizualnych | Test teoretyczny |
| | określa cel materiału audiowizualnego | Test teoretyczny |
| | tworzy scenariusz materiału audiowizualnego | Obserwacja w warunkach symulowanych |
| | 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 i dystrybucja

6 godzin zegarowych, w tym 60 minut przerw

09:00–10:30 | Strategia content marketingowa i cele biznesowe

Cel szkolenia, potrzeby uczestników, struktura portfolio, miejsce content marketingu w strategii firmy, przekład celów biznesowych na cele komunikacyjne i treściowe oraz formułowanie wartości dla odbiorcy z wykorzystaniem języka korzyści.

10:30–10:45 | Przerwa

10:45–12:15 | Wywiad strategiczny, grupa docelowa i dane wejściowe

Cele i przebieg wywiadu strategicznego, analiza oferty i przewag konkurencyjnych, identyfikacja grup docelowych, potrzeb odbiorców, KPI oraz ograniczeń organizacyjnych, budżetowych, wizerunkowych i compliance.

12:15–12:45 | Przerwa

12:45–14:15 | Strategia w praktyce: persona, JTBD i ścieżka klienta

Opracowanie persony z uwzględnieniem problemów, motywacji i obiekcji odbiorcy, wykorzystanie modelu JTBD, identyfikacja etapów TOFU, MOFU i BOFU oraz ocena briefu i persony na podstawie case study.

14:15–14:30 | Przerwa

14:30–15:00 | Kanały dystrybucji i plan publikacji

Rodzaje kanałów dystrybucji: owned, earned i paid media, dobór kanałów do celu komunikacyjnego i grupy docelowej oraz dopasowanie formatu treści.

DZIEŃ 2 – AI, prawo autorskie i RODO w content marketingu

6 godzin zegarowych, w tym 60 minut przerw

09:00–10:30 | AI w content marketingu

Rola AI w researchu, planowaniu i optymalizacji treści, tworzenie promptów, generowanie tematów, struktur treści i planów publikacji, kontrola jakości treści oraz identyfikacja błędów, ograniczeń i ryzyk etycznych oraz prawnych.

10:30–10:45 | Przerwa

10:45–12:15 | AI w praktyce: ćwiczenia warsztatowe

Tworzenie promptów do briefu, persony i planu contentowego, generowanie nagłówków i struktur publikacji, redakcja treści, weryfikacja faktów, tonu komunikacji i zgodności z marką.

12:15–12:45 | Przerwa

12:45–14:15 | Prawo autorskie, wizerunek i RODO

Podstawowe pojęcia prawa autorskiego, legalne korzystanie z cudzych tekstów, zdjęć, grafik, audio i wideo, zasady licencjonowania, prawo cytatu, publikacja wizerunku, podstawy prawne przetwarzania danych oraz wymogi zgody i obowiązki informacyjne.

14:15–14:30 | Przerwa

14:30–15:00 | Checklista zgodnej publikacji

Analiza ryzyk publikacyjnych, oznaczanie źródeł, zgody, licencje, RODO, odpowiedzialne korzystanie z AI oraz opracowanie checklisty bezpiecznej publikacji treści.

DZIEŃ 3 – Content marketing w praktyce: teksty, SEO/WCAG, grafika i materiały AV

8 godzin zegarowych, w tym 75 minut przerw

09:00–10:30 | Tworzenie tekstów marketingowych

Rodzaje tekstów wykorzystywanych w content marketingu, 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 oraz przekształcanie materiału źródłowego do różnych kanałów.

10:30–10:45 | Przerwa

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

Znaczenie SEO, SEM i PPC w planowaniu widoczności treści, analiza intencji użytkownika, dobór słów kluczowych, optymalizacja tytułów, nagłówków, metaopisów i CTA oraz zasady tworzenia treści dostępnych cyfrowo zgodnie z WCAG, w tym czytelność, logika informacji, prosty język, alt-teksty i poprawna struktura.

12:15–12:45 | Przerwa

12:45–14:15 | 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, podstawowe formaty plików, kompozycja obrazu, hierarchia informacji wizualnej oraz planowanie materiału z uwzględnieniem ponownego wykorzystania.

14:15–14:30 | Przerwa

14:30–15:15 | Obróbka i adaptacja materiałów

Podstawowe zasady obróbki materiałów wizualnych z perspektywy komunikacji marketingowej, kadrowanie, typografia, wariantowanie materiałów, podejście mobile-first oraz adaptowanie jednego materiału do różnych kanałów dystrybucji.

15:15–15:30 | Przerwa

15:30–17:00 | Brief kreatywny i podstawy materiałów audiowizualnych

Tworzenie briefu dla grafika lub twórcy materiału audiowizualnego, określanie celu materiału AV, przygotowanie wytycznych produkcyjnych oraz uwzględnianie zasad dostępności, czytelności i spójności komunikacyjnej.

DZIEŃ 4 – Dystrybucja treści: landing page, CMS, e-commerce, automatyzacja i analityka

8 godzin zegarowych, w tym 75 minut przerw

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

Rola landing page w działaniach content marketingowych, różnice względem standardowej strony informacyjnej, logika konwersji, projektowanie ścieżki użytkownika, elementy landing page'a, dobór rozwiązania wdrożeniowego, minimum techniczne oraz checklista kontroli przed publikacją.

10:30–10:45 | Przerwa

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

Rola systemu CMS w organizacji i dystrybucji treści marketingowych, przygotowanie materiału do publikacji, pola, kategorie, tagi, multimedia, struktura wpisu, wersjonowanie treści, review, akceptacja oraz zasady jakości publikacyjnej.

12:15–12:45 | Przerwa

12:45–14:15 | 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, w tym segmentacja, triggery, sekwencje, KPI i optymalizacja.

14:15–14:30 | Przerwa

14:30–16:00 | Monitoring, analityka i optymalizacja działań content marketingowych

Kategorie narzędzi analitycznych oraz zasady ich doboru do celu i kanału, powiązanie KPI z metrykami w obszarze WWW, landing page, e-mail marketingu, social media i e-commerce, interpretacja danych, social listening oraz formułowanie rekomendacji optymalizacyjnych.

16:00–16:15 | Przerwa

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

Uporządkowanie rezultatów wypracowanych w trakcie szkolenia, omówienie sposobu spięcia portfolio w spójną prezentację kompetencji, wskazanie najczęstszych błędów podczas walidacji i prezentacji efektów pracy oraz sesja pytań i odpowiedzi.

DZIEŃ 5 – Walidacja kwalifikacji wolnorynkowej „Planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych (content marketing)”

Walidacja zostanie przeprowadzona stacjonarnie przez komisję walidacyjną w składzie: **Wojciech Graczyk** oraz **Anna Diller**. Osoby prowadzące walidację nie prowadzą części szkoleniowej tej usługi dla tej grupy uczestników.

4 godziny zegarowe, w tym 15 minut przerwy

09:00–10:30 | Część teoretyczna – test teoretyczny

10:30–10:45 | Przerwa

10:45–13:00 | Część praktyczna – rozwiązanie case study

1) Usługa obejmuje 32 godziny zegarowe, w tym 23 godziny i 30 minut zajęć szkoleniowych, 3 godziny i 45 minut walidacji oraz 4 godziny i 45 minut przerw. Część szkoleniowa obejmuje 10 godzin i 30 minut zajęć teoretycznych oraz 13 godzin zajęć praktycznych. Walidacja obejmuje 1 godzinę i 30 minut części teoretycznej oraz 2 godziny i 15 minut części praktycznej. Łącznie, z wyłączeniem przerw, usługa obejmuje 12 godzin części teoretycznej oraz 15 godzin i 15 minut części praktycznej.

2) 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.

3) **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.

4) **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.

5) **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 Poznaniu pod adresem ul. Franklina Roosevelta 20, 60-829 Poznań w Hotelu Mercure.

6) **Walidacja:** Proces walidacji odbędzie się w formie stacjonarnej w Poznaniu w specjalnie przygotowanej sali komputerowej. Walidacja składa się z części teoretycznej oraz praktycznej. Część teoretyczna jest realizowana w elektronicznym systemie egzaminacyjnym. Część praktyczna obejmuje rozwiązanie studium przypadku oraz wykonanie zadań w warunkach symulowanych, których rezultaty są oceniane zgodnie z kryteriami weryfikacji efektów uczenia się. W uzasadnionym zakresie komisja może uwzględnić analizę dowodów i deklaracji, zgodnie ze scenariuszem walidacji. 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. Osoby prowadzące zajęcia nie oceniają uczestników, których szkoliły, a członkowie komisji walidacyjnej składają oświadczenia o braku konfliktu interesów. Zadania walidacyjne nie są udostępniane osobom prowadzącym część szkoleniową.

7) **Grupa docelowa usługi:** Przede wszystkim osoby chcące uzyskać kwalifikację wolnorynkową ZRK „Planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych (content marketing)”. Szczegółowo została opisana w sekcji grupa docelowa w Karcie Usługi.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 35

| Przedmiot / temat | Typ aktywności | Prowadzący | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin | Forma stacjonarna |
|--|----------------|-----------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|-------------------|
| 1 z 35 Strategia content marketingowa i cele biznesowe – ćwiczenia | Zajęcia | MARTA SCHNEIDER | 18-07-2026 | 09:00 | 10:30 | 01:30 | Nie |
| 2 z 35 - | Przerwa | - | 18-07-2026 | 10:30 | 10:45 | 00:15 | Nie |
| 3 z 35 Wywiad strategiczny, grupa docelowa i dane wejściowe – wideokonferencja | Zajęcia | MARTA SCHNEIDER | 18-07-2026 | 10:45 | 12:15 | 01:30 | Nie |
| 4 z 35 - | Przerwa | - | 18-07-2026 | 12:15 | 12:45 | 00:30 | Nie |
| 5 z 35 Strategia w praktyce: persona, JTBD i ścieżka klienta – ćwiczenia | Zajęcia | MARTA SCHNEIDER | 18-07-2026 | 12:45 | 14:15 | 01:30 | Nie |
| 6 z 35 - | Przerwa | - | 18-07-2026 | 14:15 | 14:30 | 00:15 | Nie |
| 7 z 35 Kanały dystrybucji i plan publikacji – współdzielenie ekranu | Zajęcia | MARTA SCHNEIDER | 18-07-2026 | 14:30 | 15:00 | 00:30 | Nie |
| 8 z 35 AI w content marketingu – współdzielenie ekranu | Zajęcia | MARTA SCHNEIDER | 19-07-2026 | 09:00 | 10:30 | 01:30 | Nie |

| Przedmiot / temat | Typ aktywności | Prowadzący | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin | Forma stacjonarna |
|---|----------------|--------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|-------------------|
| 9 z 35 - | Przerwa | - | 19-07-2026 | 10:30 | 10:45 | 00:15 | Nie |
| 10 z 35 AI w praktyce: ćwiczenia warsztatowe | Zajęcia | MARTA SCHNEIDER | 19-07-2026 | 10:45 | 12:15 | 01:30 | Nie |
| 11 z 35 - | Przerwa | - | 19-07-2026 | 12:15 | 12:45 | 00:30 | Nie |
| 12 z 35 Prawo autorskie, wizerunek i RODO – wideokonferencja | Zajęcia | MARTA SCHNEIDER | 19-07-2026 | 12:45 | 14:15 | 01:30 | Nie |
| 13 z 35 - | Przerwa | - | 19-07-2026 | 14:15 | 14:30 | 00:15 | Nie |
| 14 z 35 Checklista zgodnej publikacji – ćwiczenia | Zajęcia | MARTA SCHNEIDER | 19-07-2026 | 14:30 | 15:00 | 00:30 | Nie |
| 15 z 35 Tworzenie tekstów marketingowych – wideokonferencja | Zajęcia | JAKUB MARCINKOWSKI | 25-07-2026 | 09:00 | 10:30 | 01:30 | Nie |
| 16 z 35 - | Przerwa | - | 25-07-2026 | 10:30 | 10:45 | 00:15 | Nie |
| 17 z 35 SEO, SEM oraz WCAG w praktyce content marketingowej – współdzielenie ekranu | Zajęcia | JAKUB MARCINKOWSKI | 25-07-2026 | 10:45 | 12:15 | 01:30 | Nie |
| 18 z 35 - | Przerwa | - | 25-07-2026 | 12:15 | 12:45 | 00:30 | Nie |

| Przedmiot / temat | Typ aktywności | Prowadzący | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin | Forma stacjonarna |
|--|----------------|---------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|-------------------|
| 19 z 35 Grafika i fotografia w content marketingu – współdziałanie ekranu | Zajęcia | JAKUB MARCINKO WSKI | 25-07-2026 | 12:45 | 14:15 | 01:30 | Nie |
| 20 z 35 - | Przerwa | - | 25-07-2026 | 14:15 | 14:30 | 00:15 | Nie |
| 21 z 35 Obróbka i adaptacja materiałów – ćwiczenia | Zajęcia | JAKUB MARCINKO WSKI | 25-07-2026 | 14:30 | 15:15 | 00:45 | Nie |
| 22 z 35 - | Przerwa | - | 25-07-2026 | 15:15 | 15:30 | 00:15 | Nie |
| 23 z 35 Brief kreatywny, podstawy materiałów AV – ćwiczenia | Zajęcia | JAKUB MARCINKO WSKI | 25-07-2026 | 15:30 | 17:00 | 01:30 | Nie |
| 24 z 35 Landing page: struktura, logika konwersji i przygotowanie do publikacji – współdziałanie ekranu | Zajęcia | JAKUB MARCINKO WSKI | 26-07-2026 | 09:00 | 10:30 | 01:30 | Nie |
| 25 z 35 - | Przerwa | - | 26-07-2026 | 10:30 | 10:45 | 00:15 | Nie |
| 26 z 35 CMS: publikacja treści, workflow i kontrola jakości – współdziałanie ekranu | Zajęcia | JAKUB MARCINKO WSKI | 26-07-2026 | 10:45 | 12:15 | 01:30 | Nie |
| 27 z 35 - | Przerwa | - | 26-07-2026 | 12:15 | 12:45 | 00:30 | Nie |

| Przedmiot / temat | Typ aktywności | Prowadzący | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin | Forma stacjonarna |
|---|----------------|---------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|-------------------|
| 28 z 35 E-commerce i automatyzacja: treści wspierające sprzedaż – współdziałanie ekranu | Zajęcia | JAKUB MARCINKO WSKI | 26-07-2026 | 12:45 | 14:15 | 01:30 | Nie |
| 29 z 35 - | Przerwa | - | 26-07-2026 | 14:15 | 14:30 | 00:15 | Nie |
| 30 z 35 Monitoring, analityka i optymalizacja działań content marketingowych – ćwiczenia | Zajęcia | JAKUB MARCINKO WSKI | 26-07-2026 | 14:30 | 16:00 | 01:30 | Nie |
| 31 z 35 - | Przerwa | - | 26-07-2026 | 16:00 | 16:15 | 00:15 | Nie |
| 32 z 35 Podsumowanie pracy i przygotowanie do egzaminu – rozmowa na żywo | Zajęcia | MARTA SCHNEIDER | 26-07-2026 | 16:15 | 17:00 | 00:45 | Nie |
| 33 z 35 - | Walidacja | - | 01-08-2026 | 09:00 | 10:30 | 01:30 | Tak |
| 34 z 35 - | Przerwa | - | 01-08-2026 | 10:30 | 10:45 | 00:15 | Tak |
| 35 z 35 - | Walidacja | - | 01-08-2026 | 10:45 | 13:00 | 02:15 | Tak |

Podsumowanie

| Rodzaj godzin | Liczba godzin |
|-------------------------------|---------------|
| Suma godzin zegarowych usługi | 32:00 |
| w tym suma godzin zajęć | 23:30 |
| w tym suma godzin walidacji | 03:45 |
| w tym suma przerw | 04:45 |

| | |
|---------------|---------------|
| Rodzaj godzin | Liczba godzin |
|---------------|---------------|

| | |
|--------------------------------------|-------|
| Suma godzin dydaktycznych bez przerw | 36:15 |
|--------------------------------------|-------|

Cennik

Jeżeli korzystasz z dofinansowania i usługa stanowi usługę kształcenia zawodowego lub przekwalifikowania zawodowego wraz z usługą lub dostawą towarów ściśle związaną z usługami kształcenia zawodowego lub przekwalifikowania zawodowego to możesz mieć możliwość skorzystania z zwolnienia z podatku VAT na podstawie art. 43 ust. 1 pkt 29 lit. c ustawy z dnia 11 marca 2024 r. o podatku od towarów i usług, jeśli usługa w całości jest finansowana ze środków publicznych lub § 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 w przypadku, gdy usługa jest finansowana w co najmniej 70% ze środków publicznych.

Cennik

| Rodzaj ceny | Cena |
|---|--------------|
| Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto | 6 826,50 PLN |
| Koszt przypadający na 1 uczestnika netto | 5 550,00 PLN |
| Koszt osobogodziny brutto | 213,33 PLN |
| Koszt osobogodziny netto | 173,44 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 |

Liczba godzin usługi

| Rodzaj godzin | Liczba godzin |
|---------------------------------|---------------|
| Liczba godzin zegarowych usługi | 32:00 |

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 stawia 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 dzieli 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 wdraża 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. W ciągu ostatnich pięciu lat przeprowadził ponad 120 godzin szkoleń w zakresie content marketingu.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Każdy uczestnik szkolenia otrzyma w formie elektronicznej, na wskazany adres e-mail, materiały szkoleniowe w formacie PDF, obejmujące w szczególności prezentację multimedialną, checklistę zgodnej publikacji treści, karty pracy do ćwiczeń warsztatowych oraz wzory narzędzi wykorzystywanych podczas szkolenia, takich jak brief contentowy, persona, plan publikacji, checklista SEO/WCAG oraz brief kreatywny. Materiały szkoleniowe są przeznaczone do użytku własnego uczestnika i nie obejmują zadań walidacyjnych, pytań egzaminacyjnych ani kluczy odpowiedzi.

Warunki uczestnictwa

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

Informacje dodatkowe

1. Jeśli usługa będzie finansowana w co najmniej 70% ze środków publicznych, będzie korzystać ze zwolnienia od podatku VAT na podstawie § 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 2025 r. poz. 832).
2. Warunkiem ukończenia części szkoleniowej usługi jest udział w co najmniej 80% zajęć. Pozytywny wynik walidacji stanowi podstawę do wydania certyfikatu potwierdzającego nadanie kwalifikacji wolnorynkowej „Planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych (content marketing)”.
3. Oświadczamy, że podejmujemy wszelkie niezbędne i racjonalne działania w celu zapewnienia równego dostępu do oferowanych usług każdej osobie spełniającej wymagania kursu, w tym osobom z niepełnosprawnościami i osobom ze szczególnymi potrzebami.

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.

Dostawca Usług zapewnia uczestnikom wsparcie techniczne związane z udziałem w części zdalnej usługi realizowanej w czasie rzeczywistym na platformie Google Meet. Problemy techniczne można zgłaszać przed rozpoczęciem zajęć oraz w trakcie ich trwania telefonicznie pod numerem +48 698 291 420, mailowo na adres wojciech.graczyk@korycki-graczyk.pl lub za pośrednictwem czatu Google Meet w trakcie spotkania.

Wsparcie obejmuje w szczególności pomoc w uzyskaniu dostępu do spotkania, ponowne przesłanie linku, podstawową pomoc w konfiguracji dźwięku, kamery i przeglądarki, weryfikację wymagań technicznych oraz wskazanie sposobu ponownego dołączenia do zajęć w przypadku utraty połączenia. Zgłoszenia dokonywane w trakcie zajęć obsługiwane są niezwłocznie przez osobę odpowiedzialną za organizację usługi lub osobę wspierającą technicznie.

Uczestnicy otrzymują przed rozpoczęciem usługi informacje organizacyjne obejmujące link dostępowy, wymagania techniczne, instrukcję dołączenia do spotkania oraz dane kontaktowe do wsparcia technicznego.

Adres

ul. Franklina Roosevelta 20

60-829 Poznań

woj. wielkopolskie

Walidacja w formie egzaminu zostanie przeprowadzona w sali dostosowanej do wytycznych ministerialnych, zlokalizowanej w Hotelu Mercure. 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