



KORYCKI &  
GRACZYK  
CONSULTING  
GROUP SPÓŁKA Z  
OGRA NICZONĄ  
ODPOWIEDZIALNOŚ  
CIĄ

★★★★★ 4,9 / 5

719 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 2026/05/27/161638/3589063

📍 Leszno

🏠 Usługa szkoleniowa

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

👥 Zajęcia grupowe

🕒 28:00 h

📅 16.08.2026 do 29.08.2026

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.

<b>Minimalna liczba uczestników</b>	5
<b>Maksymalna liczba uczestników</b>	20
<b>Data zakończenia rekrutacji</b>	14-08-2026
<b>Forma prowadzenia usługi</b>	mieszana (stacjonarna połączona z usługą zdalną w czasie rzeczywistym)
<b>Podstawa uzyskania wpisu do BUR</b>	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

<b>Kwalifikacje</b>	Planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych (content marketing)
<b>Kod kwalifikacji zarejestrowanej w ZRK</b>	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, nagłówków, 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 – rozwiązywanie case study

1) Usługa obejmuje **28 godzin zegarowych (1 godzina = 60 minut)**, w tym: **10 godzin części teoretycznej, 14 godzin części praktycznej** oraz **4 godziny przerw**. Przerwy wliczają się w czas trwania szkolenia.

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. Usługa szkoleniowa jest adresowana do osób zawodowo lub rozwojowo związanych z marketingiem i tematyką zblizoną, szczegółowo opisana w karcie.

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 Lesznie pod adresem ul. Geodetów 1, 64-100 Leszno w Leszczyńskim Centrum Biznesu.

6) **Walidacja:** Proces walidacji odbędzie się stacjonarnie w Lesznie, w specjalnie przygotowanej sali komputerowej. Walidacja składa się z części teoretycznej oraz praktycznej.

Część teoretyczna realizowana jest w Google Forms i obejmuje pytania otwarte, wymagające rozbudowanych odpowiedzi pisemnych. Test nie jest sprawdzany automatycznie – odpowiedzi ocenia komisja egzaminacyjna na podstawie klucza odpowiedzi, kryteriów oceny oraz przypisanej punktacji. Sprawdzana jest w szczególności poprawność merytoryczna, kompletność odpowiedzi, adekwatność terminologii oraz zgodność z efektami uczenia się właściwymi dla danej kwalifikacji.

Część praktyczna polega na rozwiązaniu case study w formule symulacji. Szczegółowe zasady walidacji opisane są w dokumentach dostępnych na stronie Dostawcy Usług: <https://www.korycki-graczyk.pl/zrk>, w szczególności w scenariuszu walidacji.

Komisja egzaminacyjna składa się z dwóch egzaminatorów spełniających wymagania określone w Obwieszczeniu Ministra dla danej kwalifikacji.

# Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 28

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
<p>1 z 28</p> <p>Otwarcie bootcampu : cele, potrzeby uczestników w i standard pracy – rozmowa na żywo – T</p>	Zajęcia	MARTA SCHNEIDER	16-08-2026	09:00	09:45	00:45	Nie
<p>2 z 28</p> <p>Strategia content marketingowa w kontekście strategii firmy – wideokonferencja – T</p>	Zajęcia	MARTA SCHNEIDER	16-08-2026	09:45	10:30	00:45	Nie
<p>3 z 28</p> <p>-</p>	Przerwa	-	16-08-2026	10:30	10:45	00:15	Nie
<p>4 z 28</p> <p>Budowa strategii: wywiad strategiczny i dane wejściowe – współdzielenie ekranu – T</p>	Zajęcia	MARTA SCHNEIDER	16-08-2026	10:45	11:30	00:45	Nie
<p>5 z 28</p> <p>Strategia w praktyce: ćwiczenia na case'ach – ćwiczenia – P</p>	Zajęcia	MARTA SCHNEIDER	16-08-2026	11:30	13:00	01:30	Nie
<p>6 z 28</p> <p>-</p>	Przerwa	-	16-08-2026	13:00	13:45	00:45	Nie

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
7 z 28 Kanały dystrybucji treści i plan publikacji – współdzielenie ekranu – T	Zajęcia	MARTA SCHNEIDER	16-08-2026	13:45	14:30	00:45	Nie
8 z 28 Wykorzystanie narzędzi AI w content marketingu – ćwiczenia – P	Zajęcia	MARTA SCHNEIDER	16-08-2026	14:30	15:15	00:45	Nie
9 z 28 -	Przerwa	-	16-08-2026	15:15	15:30	00:15	Nie
10 z 28 Prawo autorskie, RODO i zgodność publikacji – wideokonferencja – T	Zajęcia	MARTA SCHNEIDER	16-08-2026	15:30	17:00	01:30	Nie
11 z 28 Tworzenie tekstów marketingowych – wideokonferencja – T/P	Zajęcia	JAKUB MARCINKOWSKI	22-08-2026	09:00	10:30	01:30	Nie
12 z 28 -	Przerwa	-	22-08-2026	10:30	10:45	00:15	Nie
13 z 28 SEO, SEM oraz WCAG w praktyce content marketingowej – współdzielenie ekranu – T	Zajęcia	JAKUB MARCINKOWSKI	22-08-2026	10:45	12:15	01:30	Nie
14 z 28 -	Przerwa	-	22-08-2026	12:15	13:00	00:45	Nie

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
15 z 28 Grafika i fotografia w content marketingu – współdziałanie ekranu – P	Zajęcia	JAKUB MARCINKO WSKI	22-08-2026	13:00	14:30	01:30	Nie
16 z 28 -	Przerwa	-	22-08-2026	14:30	14:45	00:15	Nie
17 z 28 Obróbka i adaptacja materiałów, brief kreatywny, podstawy materiałów AV – ćwiczenia – P	Zajęcia	JAKUB MARCINKO WSKI	22-08-2026	14:45	17:00	02:15	Nie
18 z 28 Landing page: struktura, logika konwersji i przygotowanie do publikacji – współdziałanie ekranu – T/P	Zajęcia	JAKUB MARCINKO WSKI	23-08-2026	09:00	10:30	01:30	Nie
19 z 28 -	Przerwa	-	23-08-2026	10:30	10:45	00:15	Nie
20 z 28 CMS: publikacja treści, workflow i kontrola jakości – współdziałanie ekranu – T/P	Zajęcia	JAKUB MARCINKO WSKI	23-08-2026	10:45	12:15	01:30	Nie
21 z 28 -	Przerwa	-	23-08-2026	12:15	13:00	00:45	Nie

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
<b>22 z 28</b> E-commerce i automatyzacja: treści wspierające sprzedaż – współdziałanie ekranu – T/P	Zajęcia	JAKUB MARCINKO WSKI	23-08-2026	13:00	14:30	01:30	Nie
<b>23 z 28</b> -	Przerwa	-	23-08-2026	14:30	14:45	00:15	Nie
<b>24 z 28</b> Monitoring, analityka i optymalizacja działań content marketingowych – ćwiczenia – P	Zajęcia	JAKUB MARCINKO WSKI	23-08-2026	14:45	16:15	01:30	Nie
<b>25 z 28</b> Podsumowanie pracy i przygotowanie do egzaminu – rozmowa na żywo – P	Zajęcia	MARTA SCHNEIDER	23-08-2026	16:15	17:00	00:45	Nie
<b>26 z 28</b> -	Walidacja	-	29-08-2026	09:00	10:30	01:30	Tak
<b>27 z 28</b> -	Przerwa	-	29-08-2026	10:30	10:45	00:15	Tak
<b>28 z 28</b> -	Walidacja	-	29-08-2026	10:45	13:00	02:15	Tak

## Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	28:00
w tym suma godzin zajęć	20:15
w tym suma godzin walidacji	03:45
w tym suma przerw	04:00

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	32:00

## 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	6 027,00 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

## Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	28:00

# 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 obszary sztuki, nowych technologii, IT oraz biznesu. Jest magistrem sztuki i absolwentem kierunku Projektowanie Graficzne na Uniwersytecie Artystycznym w Poznaniu. Specjalizuje się w tworzeniu identyfikacji wizualnych, projektowaniu plakatów oraz interfejsów użytkownika w obszarze UX/UI design.

Doświadczenie zawodowe i trenerskie Pana Jakuba Marcinkowskiego, adekwatne do zakresu niniejszej usługi, zostało zdobyte nie wcześniej niż 5 lat wstecz.

W pracy trenerskiej stawia na pragmatyzm, efektywność oraz praktyczne zastosowanie wiedzy. Uczy, jak tworzyć design, który jest odważny i kreatywny, a jednocześnie funkcjonalny, użyteczny oraz wspierający cele biznesowe. Dzięki wieloletniej współpracy z czołowymi polskimi influencerami, agencjami oraz markami dzieli się z uczestnikami szkoleń autentycznymi przykładami i case studies z rynku.

Obok projektowania jego istotną pasją jest technologia. Jako współtwórca projektu „Ogarniamy Systemy” oraz innowacyjnego narzędzia AI „DocsAura”, służącego do przekształcania surowych danych w dokumenty wizualne, na co dzień automatyzuje procesy oraz wdraża rozwiązania pozwalające firmom oszczędzać czas i zwiększać efektywność pracy.

Jako trener pokazuje, jak płynnie łączyć kreatywność z analitycznym podejściem oraz jak efektywnie wykorzystywać narzędzia sztucznej inteligencji w codziennej pracy twórczej, projektowej i biurowej.

## 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)”.

## 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](mailto:wojciech.graczyk@korycki-graczyk.pl)

**Telefon** (+48) 698 291 420