



Content marketing i neurodoświadczenia – psychologia odbiorcy, narracja, copywriting i projektowanie angażujących treści.- szkolenie

Numer usługi 2026/09/26/213321/3838062

5 000,00 PLN brutto

5 000,00 PLN netto

208,33 PLN brutto/h

208,33 PLN netto/h

250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

MULTIPRO
COMPANY SPÓŁKA
Z OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚ
CIĄ

★★★★★ 5,0 / 5

113 ocen

- 🏠 Usługa szkoleniowa
- 📄 zdalna w czasie rzeczywistym
- 👤 Zajęcia indywidualne
- 🕒 24:00 h
- 📅 07.11.2026 do 14.11.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Szkolenie przeznaczone jest dla osób tworzących treści marketingowe i komunikujących marki w kanałach cyfrowych, które chcą zwiększyć skuteczność contentu dzięki lepszemu zrozumieniu psychologii odbiorcy i zasad projektowania angażujących komunikatów.

W szczególności dla:

- właścicieli firm i osób prowadzących działalność,
- osób odpowiedzialnych za marketing i komunikację,
- specjalistów Social Media,
- twórców treści tekstowych, graficznych i video,
- osób budujących markę osobistą lub ekspercką,
- osób rozwijających kompetencje w content marketingu, storytellingu i copywritingu.

Szkolenie jest kierowane do osób z podstawową wiedzą marketingową, które chcą doskonalić umiejętności tworzenia treści przyciągających uwagę, wzmacniających wizerunek i angażujących odbiorców.

Minimalna liczba uczestników

1

Maksymalna liczba uczestników

1

Data zakończenia rekrutacji

06-11-2026

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Certyfikat systemu zarządzania jakością wg. ISO 9001:2015 (PN-EN ISO 9001:2015) - w zakresie usług szkoleniowych

Cel

Cel edukacyjny

Szkolenie przygotowuje do samodzielnego projektowania angażujących treści marketingowych opartych na psychologii odbioru, mechanizmach uwagi i procesach decyzyjnych. Uczestnik nauczy się stosować NeuroExperience, storytelling i copywriting w tworzeniu skutecznych komunikatów oraz świadomie dobierać format treści do sposobu konsumowania informacji w środowisku cyfrowym.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Projektuje angażujące treści marketingowe z wykorzystaniem psychologii odbioru, mechanizmów uwagi oraz zasad NeuroExperience, storytellingu i copywritingu.	Opisuje zasady psychologii odbioru	Test teoretyczny
	stosuje elementy NeuroExperience i storytellingu w treściach	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Przygotowuje komunikaty dopasowane do celu, formatu i sposobu konsumowania informacji w środowisku cyfrowym.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Projektuje komunikaty marketingowe oparte na storytellingu i zasadach skutecznego copywritingu.	Dopasowuje sposób komunikacji do celu treści.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Formułuje nagłówki i hooki, wykorzystuje język potrzeb i korzyści oraz konstruuje CTA.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Upraszcza komunikaty, porządkuje informacje i kształtuje czytelną hierarchię treści.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Identyfikuje elementy zatrzymujące uwagę	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Stosuje mechanizmy ciekawości i kontrastu	Test teoretyczny
Projektuje treści zgodnie z mechanizmami kierującymi uwagę odbiorcy i świadomie wykorzystuje zasady percepcji w komunikacji marketingowej.	Projektuje przebieg treści prowadzący odbiorcę od zainteresowania do działania.	Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Świadomie kształtuje wizerunek marki poprzez spójny i przemyślany content wizualny oraz tekstowy.	Określa wpływ koloru, typografii, obrazu i kompozycji na odbiór marki oraz dobiera środki wizualne do charakteru komunikatu.	Test teoretyczny
	Rozpoznaje elementy budujące spójność i rozpoznawalność treści	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Projektuje komunikację łączącą warstwę tekstową i wizualną w spójny przekaz.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Projektuje i dobiera formaty treści marketingowych odpowiednie do celu komunikacji.	Dopasowuje format treści do celu komunikacyjnego,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Formułuje hook, rozwinięcie i CTA adekwatne do wybranego formatu	Obserwacja w warunkach symulowanych
	opisuje strukturę Reels, karuzeli, Stories oraz statycznych postów i projektuje przebieg krótkiej formy video.	Test teoretyczny
	Opisuje cel publikacji, dobiera temat, emocję lub potrzebę odbiorcy	Test teoretyczny
Projektuje plan treści oparty na poznanych mechanizmach komunikacji.	Formułuje założenia komunikatu i CTA,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	planuje zróżnicowane treści oraz porządkuje je w spójny plan publikacji.	Obserwacja w warunkach symulowanych

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 wyrażenie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

Program

DZIEŃ I

Moduł 1. Jak odbiorca podejmuje decyzje i reaguje na komunikat

- jak przebiega proces wyboru odbiorcy
- decyzje emocjonalne w porównaniu z decyzjami logicznymi
- czynniki budujące poczucie bezpieczeństwa, zaufania i komfortu
- emocje jako element wpływający na odbiór treści
- dlaczego odbiorca reaguje uczuciem przed analizą

Moduł 2. Ukryte sygnały wpływające na odbiór marki

- ukryte elementy oddziałujące na postrzeganie marki
- drobne sygnały wpływające na sposób odbioru
- przekaz marki a rzeczywiste odczucia odbiorcy
- znaczenie pierwszego kontaktu z komunikatem
- wpływ kontekstu na interpretację treści
- spójność przekazu jako podstawa wiarygodności

Moduł 3. Jak odbiorca postrzega wartość, markę i cenę

- jak odbiorca określa wartość oferty
- porównania jako narzędzie oceny
- zakotwiczenie jako punkt odniesienia
- sposób przedstawienia produktu lub usługi
- zależność między ceną a odbieraną wartością
- komunikowanie wartości w sposób prosty i zwięzły

Moduł 4. Co przyciąga uwagę odbiorcy w treściach marki

- wybiórcze skupienie uwagi na wybranych elementach
- przeciążenie informacjami utrudniające odbiór
- pierwsze chwile kontaktu z treścią
- elementy zauważane jako pierwsze
- emocje, kontrast i nowość zwiększające uwagę
- ciekawość jako czynnik zatrzymujący odbiorcę
- trudność przetwarzania złożonych treści
- prosty przekaz jako najbardziej czytelny

Moduł 5. Jak prowadzić odbiorcę od pierwszego kontaktu do działania

- zatrzymanie odbiorcy na treści
- wzbudzenie zainteresowania komunikatem
- utrzymanie skupienia na przekazie
- budowanie zaangażowania odbiorcy
- wspieranie zapamiętywania treści
- prowadzenie odbiorcy do wykonania działania
- wskazanie miejsc, w których odbiorca traci uwagę

Moduł 6. Analiza reakcji odbiorcy na wybrane komunikaty

- analiza wybranych przykładów komunikacji
- określenie elementów zatrzymujących uwagę
- wskazanie momentów utraty zainteresowania
- ocena pierwszego odbioru komunikatu

- poprawa treści pod kątem odbioru odbiorcy

DZIEŃ II

Moduł 7. Treści marketingowe ukierunkowane na cel

- rola treści w komunikacji marki
- materiały budujące eksperckość
- treści edukujące odbiorcę
- komunikaty wzmacniające wizerunek
- treści angażujące odbiorcę
- komunikaty wspierające sprzedaż
- treści zwiększające zaufanie
- dobór rodzaju treści do oczekiwanej reakcji odbiorcy

Moduł 8. Opowieści w komunikacji marki

- dlaczego historie przyciągają uwagę
- elementy konstrukcji opowieści
- bohater, potrzeba, problem, napięcie, zmiana i rozwiązanie
- emocje jako narzędzie storytellingu
- opowieść budująca tożsamość marki
- historia przedstawiająca doświadczenie klienta
- krótkie formy storytellingowe
- opowieści eksperckie i sprzedażowe

Moduł 9. Język komunikatu i psychologia słowa

- pisanie z perspektywy odbiorcy
- formułowanie treści w języku potrzeb
- przedstawianie korzyści zamiast cech
- konkretne komunikaty zamiast pustych deklaracji
- emocje jako element przekazu
- prosty i czytelny sposób pisania
- różnice między komunikacją ekspercką a sprzedażową

Moduł 10. Hook, nagłówek i pierwsze zdanie

- zadanie hooka w treści
- mechanizmy wzbudzania ciekawości
- luka ciekawości jako narzędzie
- pytania przyciągające uwagę
- kontrast jako element wyróżniający
- zaskoczenie w pierwszym zdaniu
- problem i obietnica jako otwarcie
- najczęstsze błędy w tworzeniu hooków

Moduł 11. Budowa treści i skuteczne CTA

- prowadzenie odbiorcy przez komunikat
- ustalanie hierarchii informacji
- tworzenie napięcia informacyjnego
- dawkowanie treści
- payoff jako domknięcie komunikatu
- CTA dopasowane do celu
- krótkie komunikaty wspierające działanie

Moduł 12. Warsztat – tworzenie angażujących treści

- analiza istniejących komunikatów
- poprawa treści wymagających ulepszenia
- tworzenie skutecznych hooków
- budowanie historii
- przygotowanie treści eksperckiej, wizerunkowej i sprzedażowej
- projektowanie CTA

DZIEŃ III

Moduł 13. Jak treści kształtują wizerunek marki

- wpływ treści na sposób postrzegania marki
- pierwsze wrażenie w komunikacji online
- spójność elementów wizualnych
- budowanie rozpoznawalności
- charakter i styl komunikacji
- tworzenie profesjonalnego i wiarygodnego obrazu marki

Moduł 14. Psychologia koloru, obrazu i kompozycji

- znaczenie kolorów w odbiorze treści
- emocje wywoływane przez barwy
- rola kontrastu
- ustalanie hierarchii wizualnej
- znaczenie typografii
- wykorzystanie zdjęć i grafik
- twarz i emocje w przekazie
- kompozycja wspierająca zrozumienie komunikatu

Moduł 15. Aktualne kierunki w treściach i wizualach

- współczesne style komunikacji w Social Media
- dominujące trendy wizualne 2026
- autentyczność kontra przesadna estetyka
- korzystanie z trendów bez utraty tożsamości marki
- ocena, które trendy warto wdrażać

Moduł 16. Tworzenie formatów treści dopasowanych do celu

- krótkie formy video i Reels
- karuzele
- Stories
- grafiki statyczne
- zdjęcia
- dobór formatu do zamierzonego efektu
- łączenie formatów w spójny system komunikacji

Moduł 17. Video content – od pierwszych sekund do CTA

- wizualny i tekstowy hook
- kluczowe pierwsze sekundy nagrania
- budowa scenariusza
- storytelling w formie video
- ujęcia dodatkowe (B-roll)
- dynamika przekazu
- rytm i tempo
- napisy wspierające odbiór
- utrzymanie uwagi odbiorcy
- zakończenie i CTA

Moduł 18. Warsztat końcowy – tworzenie własnego Content Planu

- analiza wybranych treści
- poprawa komunikatów wymagających ulepszenia
- tworzenie hooków
- budowanie historii
- przygotowanie treści eksperckiej, wizerunkowej, angażującej i sprzedażowej
- projektowanie CTA
- opracowanie indywidualnego planu treści według modelu: **CEL → ODBIORCA → POTRZEBA/EMOCJA → HOOK → KOMUNIKAT → FORMAT → CTA**

WALIDACJA

Szkolenie prowadzone jest w formie zdalnej, w czasie rzeczywistym. W trakcie szkolenia uczestnicy będą współdzielić ekran oraz komunikować się na żywo z prowadzącym i pozostałymi uczestnikami. Forma zdalna umożliwia aktywny udział w zajęciach, bieżące zadawanie pytań oraz wspólne omawianie prezentowanych materiałów i wykonywanych ćwiczeń. Uczestnicy mają możliwość korzystania z praktycznych przykładów, konsultowania swoich działań oraz otrzymywania wskazówek od prowadzącego w trakcie całego szkolenia.

Walidacja efektów uczenia się zostanie przeprowadzona z wykorzystaniem dwóch metod: **testu sprawdzającego wiedzę i umiejętności oraz obserwacji w warunkach symulowanych**.

Obserwacja w warunkach symulowanych będzie prowadzona przez walidatora w trakcie praktycznych części szkolenia. Walidator, bez ingerowania w proces szkoleniowy, będzie obserwował samodzielną pracę uczestników i oceniał wyniki ich pracy. Wyniki będą zapisywane w arkuszu obserwacji, a po zakończeniu walidator przygotuje raport z obserwacji.

Test sprawdzający zostanie przeprowadzony na zakończenie szkolenia i potrwa 30 min. Obejmie wiedzę z całego zakresu szkolenia. Wynik testu zostanie udokumentowany w arkuszu odpowiedzi i karcie wyników walidacji.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 25

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 25 Jak odbiorca podejmuje decyzje i reaguje na komunikat, współdzielenie ekranu, czat	Zajęcia	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	07-11-2026	08:00	09:00	01:00
2 z 25 Moduł 2. Ukryte sygnały wpływające na odbiór marki, współdzielenie ekranu, czat	Zajęcia	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	07-11-2026	09:00	10:00	01:00
3 z 25 -	Przerwa	-	07-11-2026	10:00	10:30	00:30
4 z 25 Moduł 3. Jak odbiorca postrzega wartość, markę i cenę, współdzielenie ekranu, czat	Zajęcia	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	07-11-2026	10:30	11:30	01:00

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
5 z 25 Moduł 4. Co przyciąga uwagę odbiorcy w treściach marki, współdzielenie ekranu, chat	Zajęcia	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	07-11-2026	11:30	12:30	01:00
6 z 25 -	Przerwa	-	07-11-2026	12:30	13:00	00:30
7 z 25 Moduł 5. Jak prowadzić odbiorcę od pierwszego kontaktu do działania, współdzielenie ekranu, chat	Zajęcia	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	07-11-2026	13:00	14:00	01:00
8 z 25 Moduł 6. Analiza reakcji odbiorcy na wybrane komunikaty, współdzielenie ekranu, chat	Zajęcia	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	07-11-2026	14:00	16:00	02:00
9 z 25 Moduł 7. Treści marketingowe ukierunkowane na cel, współdzielenie ekranu, chat	Zajęcia	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	08-11-2026	08:00	09:00	01:00
10 z 25 Moduł 8. Opowieści w komunikacji marki, współdzielenie ekranu, chat	Zajęcia	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	08-11-2026	09:00	10:00	01:00
11 z 25 -	Przerwa	-	08-11-2026	10:00	10:30	00:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
12 z 25 Moduł 9. Język komunikatu i psychologia słowa, współdzielenie ekranu, czat	Zajęcia	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	08-11-2026	10:30	11:30	01:00
13 z 25 Moduł 10. Hook, nagłówek i pierwsze zdanie, współdzielenie ekranu, czat	Zajęcia	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	08-11-2026	11:30	12:30	01:00
14 z 25 -	Przerwa	-	08-11-2026	12:30	13:00	00:30
15 z 25 Moduł 11. Budowa treści i skuteczne CTA, współdzielenie ekranu, czat	Zajęcia	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	08-11-2026	13:00	14:00	01:00
16 z 25 Moduł 12. Warsztat – tworzenie angażujących treści, współdzielenie ekranu, czat	Zajęcia	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	08-11-2026	14:00	16:00	02:00
17 z 25 Moduł 13. Jak treści kształtują wizerunek marki, współdzielenie ekranu, czat	Zajęcia	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	14-11-2026	08:00	09:00	01:00
18 z 25 Moduł 14. Psychologia koloru, obrazu i kompozycji, współdzielenie ekranu, czat	Zajęcia	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	14-11-2026	09:00	10:00	01:00
19 z 25 -	Przerwa	-	14-11-2026	10:00	10:30	00:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
20 z 25 Moduł 15. Aktualne kierunki w treściach i wizualach, współdzielenie ekranu, chat	Zajęcia	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	14-11-2026	10:30	11:30	01:00
21 z 25 Moduł 16. Tworzenie formatów treści dopasowanych do celu, współdzielenie ekranu, chat	Zajęcia	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	14-11-2026	11:30	12:30	01:00
22 z 25 -	Przerwa	-	14-11-2026	12:30	13:00	00:30
23 z 25 Moduł 17. Video content – od pierwszych sekund do CTA, współdzielenie ekranu, chat	Zajęcia	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	14-11-2026	13:00	14:00	01:00
24 z 25 Moduł 18. Warsztat końcowy – tworzenie własnego Content Planu współdzielenie ekranu, chat	Zajęcia	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	14-11-2026	14:00	15:30	01:30
25 z 25 -	Walidacja	-	14-11-2026	15:30	16:00	00:30

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	24:00
w tym suma godzin zajęć	20:30
w tym suma godzin walidacji	00:30
w tym suma przerw	03:00

Rodzaj godzin

Liczba godzin

Suma godzin dydaktycznych bez przerw

28:00

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 000,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT	
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 000,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	208,33 PLN
Koszt osobogodziny netto	208,33 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	24:00

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Urszula Stefanowicz-Peczyńska

Założycielka agencji marketingowej Detalle. Posiada siedem lat doświadczenia w pracy managerskiej, podczas której współpracowała z zespołami marketingowymi, prowadząc szkolenia i rozwijając kompetencje w praktyce. Od ponad 5 lat stale i nieprzerwanie realizuje działania marketingowe dla wielu firm, tworząc strategie, kampanie, projekty kreatywne oraz materiały foto i video. Specjalizuje się w komunikacji w mediach społecznościowych oraz influencer marketingu. Współpracowała z markami lifestylowymi, uczestnicząc w tworzeniu kolekcji ubrań i sneakersów, które wpływały na trendy w branży modowej. Jako brand manager odpowiadała za kampanie, sesje zdjęciowe, pokazy mody oraz projekty z influencerami. W ciągu ostatnich 5 lat przeprowadziła ponad 100 szkoleń dotyczących strategii marketingowych, kampanii oraz budowania marki.

Wykształcenie wyższe.

Studia podyplomowe Grafika i multimedia, WSB Gdańsk (2020–2021).

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały w postaci prezentacji i skryptu zostaną udostępnione uczestnikom podczas usługi oraz po jej realizacji.

Informacje dodatkowe

Usługa rozwojowa nie jest świadczona przez podmiot pełniący funkcję Operatora lub Partnera Operatora w danym projekcie PSF ani w jakimkolwiek Regionalnym Programie lub FERS, ani przez podmiot powiązany z Operatorem lub Partnerem kapitałowo lub osobowo.

Usługa rozwojowa nie jest świadczona przez podmiot będący jednocześnie podmiotem korzystającym z usług rozwojowych o zbliżonej tematyce w ramach danego projektu.

Usługa rozwojowa nie obejmuje wzajemnego świadczenia usług w projekcie o zbliżonej tematyce przez Dostawców usług, którzy delegują na usługi siebie lub swoich pracowników i korzystają z dofinansowania, a następnie świadczą usługi w zakresie tej samej tematyki dla Przedsiębiorcy, który wcześniej występował w roli Dostawcy tych usług.

Cena usługi nie obejmuje kosztów niezwiązanych bezpośrednio z usługą rozwojową, w szczególności kosztów środków trwałych.

Warunki techniczne

Usługa prowadzona jest za pośrednictwem platformy ZOOM

W celu odbioru transmisji Szkolenia online Uczestnik powinien dysponować :

Komputerem z zainstalowanym system operacyjnym Windows 7 albo nowszym albo macOS Sierra (10.12.6) albo nowszym lub urządzeniem mobilnym z zainstalowanym systemem operacyjnym Android (Lollipop) wersja 5.0 albo nowszym lub iOS wersja 9.3.5, albo nowszym, wyposażonym w ekran i głośniki;

Dostęp do sieci Internet

Aktualną wersją przeglądarki Firefox, Opera, Microsoft Edge, Chrome lub Safari;

Kamerką internetową i mikrofonem

Podstawą do rozliczenia usługi, jest wygenerowanie z systemu raportu, umożliwiającego identyfikację wszystkich uczestników oraz zastosowanego narzędzia.

Zostaną udostępnione na maila na dzień przed szkoleniem

Kontakt



Marta Wodecka

E-mail multipro.karty@gmail.com

Telefon (+48) 724 888 205