



Fundusze Europejskie  
dla Rozwoju Społecznego



Rzeczpospolita  
Polska

Dofinansowane przez  
Unię Europejską



## HARMONOGRAM REALIZACJI WSPARCIA

<b>Nazwa beneficjenta</b>	<b>Wyższa Szkoła Turystyki i Ekologii Małopolska Organizacja Turystyczna</b>
<b>Numer projektu</b>	<b>FERS.01.05-IP.08-0452/23</b>
<b>Tytuł projektu</b>	„Oferta uczelni dla transformacji energetycznej w Małopolsce Zachodniej”
<b>Numer i nazwa zadania</b>	Zadanie 3. Testowanie opracowanego modelu – szkolenia dla 200 os. Prowadzące do nabywania kwalifikacji
<b>Forma wsparcia</b>	Szkolenie: Planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych (content marketing)
<b>Prowadzący</b>	mgr Paweł Szczyrek

DATA	MIEJSCE	GODZINY	ILOŚĆ GODZIN	ILOŚĆ OSÓB
<b>14.03.2025</b>	ul. Spółdzielców 1, 34-200 Sucha Beskidzka, sala 03	17.00 – 19.15	3	8 os.
<b>15.03.2025</b>	ul. Spółdzielców 1, 34-200 Sucha Beskidzka, sala 03	08.30 – 11.30 i 11.45 – 14.45	8	8 os.
<b>05.04.2025</b>	ul. Spółdzielców 1, 34-200 Sucha Beskidzka, sala 03	08.30 – 11.30 i 11.45 – 14.45	8	8 os.
<b>09.05.2025</b>	ul. Spółdzielców 1, 34-200 Sucha Beskidzka, sala 03	17.00 – 20.00	4	8 os.
<b>10.05.2025</b>	ul. Spółdzielców 1, 34-200 Sucha Beskidzka, sala 03	08.30 – 11.30 i 11.45 – 14.45	8	8 os.
<b>23.05.2025</b>	ul. Spółdzielców 1, 34-200 Sucha Beskidzka, sala 03	17.00– 20.00	4	8 os.



**WYŻSZA SZKOŁA  
TURYSTYKI I EKOLOGII**

**Projekt:**  
„Oferta uczelni dla transformacji  
energetycznej w Małopolsce Zachodniej”  
**Nr projektu:**  
FERS.01.05-IP.08-0452/23  
**Okres realizacji projektu:**  
01.09.2024 – 31.08.2026





<b>24.05.2025</b>	ul. Spółdzielców 1, 34-200 Sucha Beskidzka, sala 03	08.30 – 11.30 i 11.45 – 14.45	8	8 os.
<b>06.06.2025</b>	ul. Spółdzielców 1, 34-200 Sucha Beskidzka, sala 03	17.00 – 19.45	3,5	8 os.
<b>07.06.2025</b>	ul. Spółdzielców 1, 34-200 Sucha Beskidzka, sala 03	08.30 – 11.30 i 11.45 – 14.45	8	8 os.
<b>20.06.2025</b>	ul. Spółdzielców 1, 34-200 Sucha Beskidzka, sala 03	17.00 – 19.45	3,5	8 os.
<b>21.06.2025</b>	ul. Spółdzielców 1, 34-200 Sucha Beskidzka, sala 03	08.30 – 11.30 i 11.45 – 14.45	8	8 os.
<b>04.07.2025</b>	ul. Spółdzielców 1, 34-200 Sucha Beskidzka, sala 03	17.00 – 19.45	3,5	8 os.

## PROGRAM SZKOLENIA

Szkolenie obejmuje swoim zakresem poniższe zagadnienia:

### 1. Content marketing (marketing treści) – wprowadzenie

#### 1) Czym jest content marketing?

- a. content marketing jako technika marketingowa;
- b. content marketing jako strategia;
- c. content marketing jako sposób myślenia i działania.

#### 2) Czym nie jest content marketing?

- a. content marketing vs. reklama;
- b. content marketing vs. marketing nacisku;
- c. content marketing vs. kampania.





Fundusze Europejskie  
dla Rozwoju Społecznego



Rzeczpospolita  
Polska

Dofinansowane przez  
Unię Europejską



- 3) Marketing treści vs. marketing tradycyjny
    - a. kanały tradycyjne vs. kanały cyfrowe;
    - b. monolog vs. dialog;
    - c. generalizacja vs. personalizacja;
    - d. statyczność vs. dynamiczność (dzielenie się).
  - 4) Cele i korzyści stosowania content marketingu w organizacji
    - a. content marketing a potencjał organizacji;
    - b. content marketing a świadomości marki;
    - c. content marketing a zaangażowanie odbiorców;
    - d. inbound marketing;
    - e. optymalizacja w sieci.
2. Planowanie wykorzystania treści marketingowych w strategii marketingowej organizacji
- 1) Analiza strategii marketingowej organizacji
    - a. działania marketingowe służące przygotowaniu treści marketingowych;
    - b. narzędzia marketingowe stosowane w organizacji – strona internetowa;
    - c. narzędzia marketingowe stosowane w organizacji – media społecznościowe i blogi;
    - d. narzędzia marketingowe stosowane w organizacji – fora internetowe i grupy dyskusyjne;
    - e. narzędzia marketingowe stosowane w organizacji – artykuły prasowe i materiały drukowane;
    - f. działania marketingowe stosowane w organizacjach o zbliżonym profilu działalności;



WYŻSZA SZKOŁA  
TURYSTYKI I EKOLOGII

**Projekt:**  
„Oferta uczelni dla transformacji  
energetycznej w Małopolsce Zachodniej”  
**Nr projektu:**  
FERS.01.05-IP.08-0452/23  
**Okres realizacji projektu:**  
01.09.2024 – 31.08.2026





g. prezentacja strategii marketingowej organizacji.

2) Planowanie działań związanych z opracowaniem i dystrybucją treści marketingowych

a. diagnoza potrzeb marketingowych organizacji na podstawie przeprowadzonego wywiadu;

b. identyfikacja docelowych grup odbiorców treści marketingowych;

c. kanały dystrybucji treści marketingowych;

d. dobór kanałów dystrybucji do grup docelowych oraz rodzajów treści marketingowych;

e. tematy do tworzenia treści marketingowych;

f. zasady tworzenia treści marketingowych w zależności od kanału dystrybucji i grupy docelowej – słowa kluczowe, atrakcyjność i perswazyjność przekazu;

g. przepisy prawa autorskiego i RODO w zakresie korzystania z utworu;

h. wewnętrzne i zewnętrzne zasoby organizacji służące do tworzenia treści marketingowych;

i. zadania, plan i harmonogram działań zespołu zajmującego się opracowaniem i dystrybucją treści marketingowych;

j. budżet związany z opracowaniem i dystrybucją treści marketingowych;

k. wskaźniki efektywności działań w zakresie treści marketingowych.

3. Przygotowanie treści marketingowych

1) Redagowanie tekstu dostosowanego do kanału dystrybucji

a. rodzaje tekstów tworzonych dla poszczególnych kanałów dystrybucji;

b. zasady redagowania i formatowania tekstów w content marketingu;





- c. opracowanie tekstów do wybranych kanałów dystrybucji;
  - d. sporządzanie tekstu adekwatnego do kanału dystrybucji na podstawie tekstu źródłowego;
  - e. optymalizacja treści dla potrzeb marketingu w wyszukiwarkach;
  - f. zasady przygotowania treści zgodnie z obowiązującym standardem WCAG.
- 2) Opracowywanie materiałów graficznych
- a. rodzaje i źródła materiałów graficznych;
  - b. formaty plików graficznych;
  - c. scenariusz sesji zdjęciowej;
  - d. zasady kompozycji w fotografii marketingowej;
  - e. programy do cyfrowej obróbki zdjęć;
  - f. dostosowanie pliku graficznego do kanału dystrybucji.
- 3) Opracowywanie materiałów audiowizualnych
- a. rodzaje materiałów audiowizualnych;
  - b. cel materiału audiowizualnego;
  - c. scenariusz materiału audiowizualnego;
  - d. wytyczne dla wykonawcy materiału audiowizualnego;
  - e. zasady przygotowania materiałów audiowizualnych zgodnie ze standardem WCAG.
4. Dystrybuowanie treści marketingowych
- 1) Publikowanie treści marketingowych
- a. proste strony internetowe – landing pages;
  - b. znaczniki HTML oraz CSS według standardu W3C;





Fundusze Europejskie  
dla Rozwoju Społecznego



Rzeczpospolita  
Polska

Dofinansowane przez  
Unię Europejską



- c. systemy zarządzania treścią (CMS);
- d. systemy sprzedażowe (e-commerce);
- e. proces automatyzacji marketingu.

2) Monitorowanie efektów wdrożenia treści marketingowych

- a. programy do monitorowania ruchu w Internecie;
- b. dobór narzędzi monitorujących ruch w Internecie do kanału dystrybucji;
- c. narzędzia umożliwiające przeszukiwanie mediów społecznościowych;
- d. analiza i ocena treści pod kątem zaangażowania użytkowników;
- e. optymalizacja treści marketingowych.



WYŻSZA SZKOŁA  
TURYSTYKI I EKOLOGII

**Projekt:**  
„Oferta uczelni dla transformacji  
energetycznej w Małopolsce Zachodniej”  
**Nr projektu:**  
FERS.01.05-IP.08-0452/23  
**Okres realizacji projektu:**  
01.09.2024 – 31.08.2026

