



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	MIJSCA	GODZINY	ILOŚĆ GODZIN	ILOŚĆ OSÓB
<b>23.07.2025</b>	Sala Konferencyjna Starostwa Powiatowego w Miechowie, ul. Ractawicka 12, 32-200 Miechów	07:20 – 9:35 i 9:50 – 12:05	6 h	8 os.
<b>30.07.2025</b>	Sala Konferencyjna Starostwa Powiatowego w Miechowie, ul. Ractawicka 12, 32-200 Miechów	07:20 – 9:35 i 9:50 – 12:05	6 h	8 os.
<b>06.08.2025</b>	Sala Konferencyjna Starostwa Powiatowego w Miechowie, ul. Ractawicka 12, 32-200 Miechów	07:20 – 9:35 i 9:50 – 12:05	6 h	8 os.
<b>27.08.2025</b>	Sala Konferencyjna Starostwa Powiatowego w Miechowie, ul. Ractawicka 12, 32-200 Miechów	07:20 – 9:35 i 9:50 – 12:05	6 h	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





Fundusze Europejskie  
dla Rozwoju Społecznego



Rzeczpospolita  
Polska

Dofinansowane przez  
Unię Europejską



<b>03.09.2025</b>	Sala Konferencyjna Starostwa Powiatowego w Miechowie, ul. Ractawicka 12, 32-200 Miechów	07:20 – 9:35 i 9:50 – 12:05	6 h	8 os.
<b>10.09.2025</b>	Sala Konferencyjna Starostwa Powiatowego w Miechowie, ul. Ractawicka 12, 32-200 Miechów	07:20 – 9:35 i 9:50 – 12:05	6 h	8 os.
<b>24.09.2025</b>	Sala Konferencyjna Starostwa Powiatowego w Miechowie, ul. Ractawicka 12, 32-200 Miechów	07:20 – 9:35 i 9:50 – 12:05	6 h	8 os.
<b>01.10.2025</b>	Sala Konferencyjna Starostwa Powiatowego w Miechowie, ul. Ractawicka 12, 32-200 Miechów	07:20 – 9:35 i 9:50 – 12:05	6 h	8 os.
<b>08.10.2025</b>	Sala Konferencyjna Starostwa Powiatowego w Miechowie, ul. Ractawicka 12, 32-200 Miechów	07:20 – 9:35 i 9:50 – 12:05	6 h	8 os.
<b>22.10.2025</b>	Sala Konferencyjna Starostwa Powiatowego w Miechowie, ul. Ractawicka 12, 32-200 Miechów	07:20 – 9:35 i 9:50 – 12:05	6 h	8 os.
<b>29.10.2025</b>	Sala Konferencyjna Starostwa Powiatowego w Miechowie, ul. Ractawicka 12, 32-200 Miechów	09:00– 12:00	4 h	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



Małopolska Organizacja Turystyczna



Fundusze Europejskie  
dla Rozwoju Społecznego



Rzeczpospolita  
Polska

Dofinansowane przez  
Unię Europejską



## 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.
  - 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.



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



Małopolska Organizacja Turystyczna



Fundusze Europejskie  
dla Rozwoju Społecznego



Rzeczpospolita  
Polska

Dofinansowane przez  
Unię Europejską



## 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;
- 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;



**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



Małopolska Organizacja Turystyczna



- 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;
    - 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.

