



SZKOLENIE OTWARTE
STACJONARNE

**Skuteczny content marketing
w uczelni –
cz. 1. Tworzenie i wdrożenie
strategii content
marketingowej**

4 marca 2025 r.

Cele i założenia szkolenia

Celem szkolenia jest dostarczenie wiedzy oraz narzędzi niezbędnych do opracowania i wdrożenia skutecznej strategii content marketingowej, która będzie wspierać kluczowe cele uczelni, takie jak rekrutacja, budowanie marki, promocja osiągnięć naukowych oraz wzmacnianie relacji z różnymi grupami odbiorców.

Podczas szkolenia zostaną poruszone podstawy strategiczne takie jak audyt działań content marketingowych, ustalanie celów i KPI, określanie grup docelowych oraz planowanie i dystrybucja treści.

Rezultatem szkolenia będzie opracowanie ram skutecznej strategii content marketingowej dostosowanej do specyfiki uczelni, wyznaczenie celów i wskaźników efektywności, które ułatwią efektywne zarządzanie contentem.

Dla kogo jest szkolenie?

- Pracownicy działów marketingu i PR uczelni: Osoby odpowiedzialne za komunikację i promocję uczelni.
- Osoby zajmujące się rekrutacją studentów: Specjaliści, którzy potrzebują narzędzi do przyciągania nowych kandydatów.
- Wykładowcy i pracownicy administracyjni: Osoby, które chcą zrozumieć znaczenie content marketingu w budowaniu wizerunku uczelni.
- Dyrektorzy centrów/ kierownicy.
- Koordynatorzy kierunków studiów.
- Kierownicy studiów podyplomowych.

Czego dowiedzą/nauczą się uczestnicy szkolenia?

- Uczestnicy dowiedzą się jak strategicznie zarządzać contentem oraz jak usprawnić workflow contentowy.
- Nauczą się identyfikować grupy docelowe i tworzyć persony, co pozwoli na skuteczniejsze dopasowanie treści do potrzeb odbiorców i wspieranie celów rekrutacyjnych oraz promocji osiągnięć naukowych.
- Zdobędą umiejętność wyznaczania jasnych celów oraz wskaźników efektywności, co umożliwi mierzenie efektów działań content marketingowych i ich optymalizację.
- Po szkoleniu uczestnicy będą mieli draft strategii content marketingowej oraz wiedzę na temat narzędzi i nowych technologii, które ułatwią zarządzanie contentem.

PROGRAM SZKOLENIA

Moduł I: Wprowadzenie (60 min.)

- Powitanie, Check-in (ćwiczenie zapoznawcze, podczas którego uczestnicy będą mieli okazję przedstawić swoje oczekiwania i cele szkoleniowe) oraz omówienie agendy.
- Strategiczny content marketing i jego znaczenie dla uczelni. Wykorzystanie content marketingu do promocji rekrutacji, budowania wizerunku eksperckiego, naukowego oraz budowania relacji z interesariuszami. Omówienie roli content marketingu w strategii digital. Content marketing funnel. Content pillars.
- TOP 10 problemów z jakimi najczęściej borykają się uczelnie w kontekście przygotowania strategii content marketingowej. Case studies uczelni.
- Określenie sytuacji wyjściowej dla content marketingu – audyt efektywności działań content marketingowych oraz przegląd działań konkurencji.

Moduł II: Cele content marketingu i KPI (90 min.)

- W jaki sposób realizować cele biznesowe, sprzedażowe, wizerunkowe, edukacyjne poprzez działania content marketingowe.
- Rodzaje KPI (wskaźniki dotyczące świadomości marki, wskaźniki do zarządzania zaangażowaniem, wskaźniki zwiększające generowanie leadów i sprzedaż).
- Ćwiczenie praktyczne: Określenie content value proposition.
- Jak tworzyć ekspercki wizerunek uczelni oraz budować markę własną przy pomocy content marketingu (employer oraz employee branding)?
- Content insourcing w uczelni – wykorzystanie wewnętrznych ekspertów.

Moduł III: Odbiorcy treści (90 min.)

- Skąd czerpać informacje o grupach docelowych? Omówienie sposobów identyfikacji i segmentacji grup docelowych. Integracja danych wewnętrznych oraz zewnętrznych z uwzględnieniem narzędzi Google Search Console, Google Analytics, Facebook Insights.
- Różnice między grupą docelową, a personą marketingową.
- Co to jest persona marketingowa i jak ją tworzyć? Elementy skutecznej persony.

- Ćwiczenie warsztatowe: Praca nad stworzeniem przykładowej osoby.
- Jak wykorzystać osoby w planowaniu działań content marketingowych? Strategie dopasowania kanałów i przykłady skutecznych taktyk dotarcia. Przykłady treści dostosowanych do różnych osób.

Moduł IV: Strategiczne planowanie i dystrybucja treści (90 min.)

- Workflow contentowy – jak zorganizować pracę nad contentem w uczelni?
- Kreowanie wartościowych treści – taktyki zbierania pomysłów na treści.
- Content manager – rola i obowiązki.
- Model digital customer journey. Jak dobrać rodzaje treści i stworzyć zrozumiały content dopasowany do poszczególnych etapów digital customer journey.
- Jak wybrać i dopasować odpowiednie kanały dystrybucji treści realizujące założone cele.
- Jak optymalizować działania content marketingowe? Recycling, revamping, repurposing treści.
- Ćwiczenie praktyczne: Opracowywanie planu contentowego - publikacja, dystrybucja i taktyki recyklingu treści.
- Ewaluacja działań contentowych.

Moduł V: Zakończenie (30 min)

- Sesja pytań i odpowiedzi, aby rozwiązać wątpliwości i pogłębić zrozumienie przedstawionych koncepcji.
- Podsumowanie spotkania oraz ewentualne ankiety oceniające spotkanie.
- Check out (ćwiczenie kończące, podczas którego uczestnicy określają poziom osiągnięcia założonych celów szkoleniowych). Uczestnicy określają next steps oraz biggest learning.



Prowadząca szkolenie dr Monika Telus

**Ekspertka ds. marketingu szkół
wyższych**

Ekspertka w obszarze digital marketingu z 12-letnim stażem pracy w szkolnictwie wyższym. Doskonale rozumie specyfikę środowiska akademickiego i jego potrzeby w obszarze komunikacji. Przez lata aktywnej działalności w środowisku akademickim nie tylko współtworzyła programy nauczania na kierunkach związanych z marketingiem, ale także prowadziła warsztaty, wykłady i szkolenia z zakresu marketingu cyfrowego, mediów społecznościowych oraz content marketingu. Zna realia współczesnej edukacji wyższej i rozumie potrzeby studentów oraz pracowników naukowych, co pozwala jej na skuteczne wdrażanie strategii content marketingowych w kontekście akademickim.

Zafascynowana człowiekiem i jego emocjami oraz psychologicznym podejściem do marketingu. W codziennej pracy skupia się na tym w jaki sposób prowadzić działania contentowe w organizacji oraz jak tworzyć i wykorzystywać potencjał dostępnych już treści.

Od 10 lat jest związana z branżą digital marketingu. Szczególną uwagę przywiązuje do analizy komunikacji i grupy docelowej w kanałach digital. Łączy wiedzę z zakresu marketingu, ekonomii behawioralnej oraz service design, co pozwala na lepsze rozumienie potrzeb interesariuszy uczelni.

Jest absolwentką kursu Professional Diploma in Digital Marketing organizowanego przez Digital Marketing Institute. Swoją wiedzę marketingową zdobywała również w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie oraz krakowskiej Akademii Górniczo-Hutniczej, a także kursach i szkoleniach.

Doktor w dziedzinie nauk społecznych w dyscyplinie ekonomia i finanse (studia doktoranckie w Kolegium Nauk o Przedsiębiorstwie Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie). Zainteresowania dydaktyczne i naukowe koncentruje wokół zagadnień: konkurencyjności, szkolnictwa wyższego w Polsce (ze szczególnym uwzględnieniem szkolnictwa niepublicznego), ekonomii behawioralnej oraz design thinking.

**INFORMACJE
ORGANIZACYJNE
I FINANSOWE**

INFORMACJE ORGANIZACYJNE I FINANSOWE

- ◀ Termin: 4.03.2025r., godz. 9:00 – 16:00
- ◀ Miejsce: **WARSZAWA** (Aleje Jerozolimskie 65/79)
- ◀ Czas trwania: **8 godzin dydaktycznych**
- ◀ Koszt uczestnictwa dla **1 osoby: 899 zł netto** (+ 23% VAT)*

Zapisy do **24 lutego 2025 r.**

- ◀ Istnieje możliwość zakupu Pakiet-u 2 szkoleń: "Skuteczny content marketing w uczelni - część 1. Tworzenie i wdrożenie strategii content marketingowej" i "Skuteczny content marketing w uczelni - część 2. Narzędzia, tworzenie i dystrybucja angażujących treści":

Koszt uczestnictwa dla **1 osoby: 1499 zł netto** (+ 23% VAT)*
Zapisy na pakiet szkoleń do **24 lutego 2025 r.**

*jeśli szkolenie finansowane jest ze środków publicznych - VAT zw. (po podpisaniu oświadczenia)

CO ZAPEWNIAMY W RAMACH SZKOLENIA?

- Materiały szkoleniowe (teczka, notes);
- Imienny certyfikat ukończenia szkolenia w wersji elektronicznej;
- Możliwość zadawania pytań w czasie szkolenia;
- Prezentacja ze szkolenia w wersji elektronicznej;
- Przerwa kawowa (nielimitowana przez całe szkolenie);
- Lunch (serwowany w formie bufetu szwedzkiego).

Gorąco zachęcamy do skorzystania z oferty!

W razie pytań, zapraszam do kontaktu:



Joanna Petruk

Specjalistka ds. sprzedaży i obsługi szkoleń



+48 530-448-968



j.petruk@irsw.pl