



SZKOLENIE OTWARTE ONLINE

**Skuteczny content marketing
w uczelni –
cz. 2. Narzędzia, tworzenie
i dystrybucja angażujących
treści**

6 marca 2025 r.

Cele i założenia szkolenia

Celem szkolenia jest dostarczenie wiedzy oraz narzędzi niezbędnych do pracy z contentem, które będą wspierać kluczowe cele uczelni, takie jak rekrutacja, budowanie marki, promocja osiągnięć naukowych oraz wzmacnianie relacji z różnymi grupami odbiorców.

W rezultacie, uczestnicy szkolenia nabędą umiejętności tworzenia treści odpowiadających potrzebom różnych grup docelowych oraz gotowość do wdrożenia narzędzi i nowych technologii, które ułatwią efektywne zarządzanie contentem.

Ponadto, dowiedzą się dlaczego i w jaki sposób angażować ekspertów wewnętrznych do strategii budowania wizerunku naukowego i eksperckiego uczelni i jej pracowników.

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 tworzyć wartościowe treści, które wspierają wizerunek uczelni oraz budują długotrwałe relacje z kluczowymi grupami odbiorców, w tym kandydatami, społecznością akademicką i partnerami.
- Nauczą się skutecznie wykorzystywać stronę internetową oraz media społecznościowe do budowania zaangażowanej społeczności wokół uczelni.
- Dowiedzą się, jak współpracować z wewnętrznymi ekspertami uczelni, aby wzmacniać wizerunek uczelni jako ośrodka wiedzy.
- Po szkoleniu uczestnicy będą mieli wiedzę na temat narzędzi content marketingowych 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.
- Content marketing – elementy przekazu, współczesne problemy z contentem, różnica między content marketingiem, a content creation, trendy w content marketingu dla branży edukacyjnej.
- Segmentacja, personalizacja i customizacja treści.

Moduł II: Content na stronie www (90 min.)

- Miejsce strony WWW w strategii komunikacji. Wady i zalety komunikacji przez stronę www.
- Search Engine Optimization. Zasady optymalizacji treści, w tym dobór słów kluczowych, metaopisy, nagłówki oraz struktura URL, aby zwiększyć widoczność w wyszukiwarkach.
- Relacje pomiędzy content marketingiem, UX i SEO. Jak content marketing wspiera SEO. Zasady projektowania użytecznych treści.
- Typy contentu na stronie WWW, przykłady skutecznego copy. Jak pisać angażujące opisy kierunków studiów, informacje o programach, wydarzeniach oraz życiu studenckim. Wskazówki dotyczące stylu, tonu i języka.
- Algorytmy Google. Optymalizacja treści dla wyszukiwarek. Co warto wiedzieć, aby zwiększyć widoczność uczelni.

Moduł III: Content w social mediach (60 min.)

- Specyfika komunikacji w social mediach. Wybór odpowiednich platform realizujących różne cele marketingowe.
- Strategiczna rola social mediów. Jak budować społeczność wokół uczelni?

- Typy contentu w social mediach. Co tworzyć, aby angażować odbiorców.
- Algorytmy w najważniejszych platformach SoMe. Jak dostosować treści do platform?
- Przykłady contentu w SM. Case studies polskich i zagranicznych uczelni.

Moduł IV: Tematyka i rodzaje treści (60 min.)

- Jak dobierać tematykę adekwatną do odbiorców treści i tworzyć linie komunikacyjne? Sposoby wyszukiwania tematów treści, social listening.
- Strategia doboru słów kluczowych. Czym są słowa kluczowe? Narzędzia do badania słów kluczowych, priorytetyzacja słów kluczowych.
- User Generated Content. Techniki wykorzystywania contentu generowanego przez użytkowników.
- Komunikacja wizualna i video content.

Moduł V: Jak pracować z contentem (60 min.)

- Narzędziownik content marketingowy. Przegląd przydatnych narzędzi do pracy z contentem.
- Webwriting. Zasady tworzenia treści dla celów internetowych zgodne z aktualnymi trendami i zachowaniami konsumenckimi.
- Nowe technologie w content marketingu. Wykorzystanie sztucznej inteligencji w pracy nad contentem. Pierwsze kroki z ChatGPT.

Moduł VI: Zakończenie

- 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



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: 6.03.2025r., godz. 9:00 – 16:00
- ◀ Miejsce: ONLINE (MS Teams)
- ◀ Czas trwania: 8 godzin dydaktycznych
- ◀ Koszt uczestnictwa dla 1 osoby: 799 zł netto (+ 23% VAT)*

Zapisy do 26 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?

- Imienny certyfikat ukończenia szkolenia w wersji elektronicznej;
- Możliwość zadawania pytań w czasie szkolenia;
- Prezentacja ze szkolenia w wersji elektronicznej;

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