

# Zintegrowany Rejestr Kwalifikacji

## Formularz dla kwalifikacji - podgląd

Typ wniosku

Wniosek o włączenie kwalifikacji do ZSK

Nazwa kwalifikacji\*

Planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych (content marketingu)

Skrót nazwy

Rodzaj kwalifikacji\*

kwalifikacja cząstkowa

Proponowany poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji\*

5

Krótką charakterystyką kwalifikacji oraz orientacyjny koszt uzyskania dokumentu potwierdzającego otrzymanie danej kwalifikacji\*

Osoba posiadająca kwalifikację Planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych (content marketingu) jest gotowa do samodzielnego podejmowania działań związanych z planowaniem, tworzeniem i rozpowszechnianiem treści marketingowych. Analizuje potrzeby i preferencje odbiorców treści marketingowych, przygotowuje i dystrybuuje treści marketingowe. Jest przygotowana do prowadzenia projektów content marketingowych. W ramach podejmowanych zadań projektowych planuje i deleguje zadania zespołu oraz dostawców. Osoba posiadająca kwalifikację może znaleźć zatrudnienie między innymi w agencjach (PR, marketingowych, kreatywnych, social media) i domach mediowych, przedsiębiorstwach i instytucjach, które prowadzą lub chcą prowadzić działania związane z treściami marketingowymi. Działania zawodowe może prowadzić w ramach własnej działalności gospodarczej lub świadczyć usługi na zlecenie (na zasadzie działalności freelancerskiej). W orientacyjnym nakładzie pracy podano czas potrzebny na szkolenie. Szacowany dodatkowy czas pracy własnej wynosi 68 godzin. Orientacyjny koszt uzyskania dokumentu potwierdzającego otrzymanie kwalifikacji wynosi 2200 zł brutto.

Orientacyjny nakład pracy potrzebny do uzyskania kwalifikacji [godz.]\*

128

Grupy osób, które mogą być zainteresowane uzyskaniem kwalifikacji\*

Kwalifikacją mogą być w szczególności zainteresowani: - specjaliści ds. marketingu, public relations, mediów społecznościowych; - informatycy, którzy zajmują się tworzeniem zawartości witryn internetowych mediów społecznościowych; - osoby zajmujące się tworzeniem blogów internetowych; - Webdeweloperzy; - administratorzy stron i serwisów WWW; - fotografowie; -

operatorzy filmowi; - tłumacze, lingwiści; - specjaliści do spraw eksportu; - specjaliści do spraw komunikacji wewnętrznej (pracownicy działów HR); - copywriterzy; - osoby powracające na rynek pracy, które mogą świadczyć pracę zdalną, - redaktorzy, dziennikarze, reporterzy.

#### Wymagane kwalifikacje poprzedzające

Opis

Lista

W razie potrzeby warunki, jakie musi spełniać osoba przystępująca do walidacji\*

Warunkiem przystąpienia do walidacji jest wykształcenie minimum średnie (bez konieczności posiadania świadectwa dojrzałości).

Zapotrzebowanie na kwalifikację\*

Według danych GUS w Polsce systematycznie rośnie liczba przedsiębiorstw posiadających własną stronę WWW. W 2016 r. wzrost ten wyniósł 1,6 p. proc. w porównaniu z rokiem poprzednim. Wskaźnik przedsiębiorstw posiadających własną stronę internetową w 2016 r. wyniósł 67%. Prawie dwie trzecie przedsiębiorstw wykorzystywało stronę internetową w celu prezentacji katalogów wyrobów i usług (zob. GUS, „Społeczeństwo informacyjne w Polsce w 2016 roku”). Zgodnie z informacjami zawartymi w raporcie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości „Foresight kadr nowoczesnej gospodarki” w ciągu najbliższych 10-20 lat zwiększy się znaczenie funkcjonujących zawodów specjalistów „internetowych”, takich jak SEO manager (do spraw pozycjonowania), traffic manager (śledzący ruch na witrynach internetowych), content manager (do spraw zarządzania treściami marketingowymi na stronach www), e-mail channel specialist (do spraw strategii komunikacji za pomocą poczty e-mail), ethical hacker (wyszukujący słabe punkty w sieci i opracowujący zabezpieczenia do nich). Według badania AdEx 2015 FY wydatki w 2015 roku na reklamę online w Polsce wyniosły 3,173 mld zł, z czego udział Search Engine Marketing (SEM) stanowił 34,2% (1,085 mld zł). Z badania „Rynek reklamy internetowej w Polsce - kontekst i content marketing 2015/2016” przeprowadzonego przez firmę Netsprint w 2016 roku wynika, że na reklamę kontekstową w 2015 roku przeznaczono 25,4% budżetów SEM. Rynek reklamy kontekstowej w 2015 roku był wart już 275,6 mln. Jednocześnie kolejne edycje badań przeprowadzonych przez firmę potwierdzają, że tendencja rynkowa jest wzrostowa - rynek reklamy kontekstowej podwoił swoją wartość ze 135 mln w roku 2010 do 275,6 mln w 2015 roku. Internauci są coraz bardziej odporni na agresywne formy reklamowe typu display (tzw. „ślepotą banerowa”). Dlatego reklamodawcy poszukują takich form przekazu, dzięki którym można docierać do użytkowników w ich naturalnym środowisku poprzez nienachalną formę reklamową. Jak wynika ze wspomnianego raportu Netsprint w 2016 roku agencje i domy mediowe zadeklarowały wzrost wydatków na kampanie z wykorzystaniem sieci content marketingowych średnio o 41,1% w 2016 roku w porównaniu do roku 2015. Zaś wśród pracowników firm samodzielnie realizujących działania oparte na treściach marketingowych (content marketingu) 81,4% badanych uważa, że budżety na content marketing wzrosną, z czego 44,4% twierdzi, że wzrosną zdecydowanie. Zdaniem 47,4% ankietowanych przedstawicieli domów mediowych i agencji reklamowych działaniem o najwyższym priorytecie w reklamie internetowej w 2016 roku będzie content marketing (47,4%). Zaś według raportu „Content marketing w Polsce. Efektywność, strategie, prognozy 2016” wśród głównych celów działań content marketingowych ankietowani wskazali budowanie świadomości marki (75%), pozyskiwanie leadów, klientów i sprzedaż (69%), a także kreowanie wizerunku eksperta (68%). Na kolejnych miejscach znalazł się ruch na stronie i poprawienie pozycji w

wyszukiwarkach, co świadczy o powiązaniu działań content marketingowych z SEO. Na podstawie powyższych danych można stwierdzić, że w najbliższych latach specjaliści od planowania, tworzenia i dystrybuowania treści marketingowych (content marketingu) będą poszukiwani na rynku pracy.

Odniesienie do kwalifikacji o zbliżonym charakterze oraz wskazanie kwalifikacji ujętych w ZRK zawierających wspólne zestawy efektów uczenia się\*

Brak kwalifikacji o zbliżonym charakterze

Typowe możliwości wykorzystania kwalifikacji\*

Osoba posiadająca kwalifikację Planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych (content marketingu) może znaleźć zatrudnienie w: ● agencjach (PR, marketingowych, kreatywnych, social media) i domach mediowych; ● w przedsiębiorstwach i instytucjach, które prowadzą lub chcą prowadzić działania związane z treściami marketingowymi;. Osoba posiadająca kwalifikację może również prowadzić własną działalność gospodarczą lub świadczyć usługi na zlecenie (na zasadzie działalności freelancerskiej) w zakresie planowania, tworzenia i dystrybuowania treści marketingowych.

Wymagania dotyczące walidacji i podmiotów przeprowadzających walidację\*

1. Etap weryfikacji 1.1. Metody Weryfikacja składa się z dwóch etapów: egzaminu teoretycznego (testu wiedzy) i egzaminu praktycznego. Test wiedzy przeprowadzany jest w elektronicznym systemie w ośrodku egzaminacyjnym. Osobie egzaminowanej podczas rozwiązywania testu nie wolno korzystać z innych aplikacji (w tym otwierać stron internetowych) niż system do przeprowadzania egzaminu. W części praktycznej dopuszcza się zastosowanie następujących metod weryfikacji: symulacja, rozmowa z komisją oraz analiza dowodów. Analizy dowodów nie wolno stosować do weryfikowania umiejętności "Monitoruje efekty wdrożenia treści marketingowych". 1.2. Zasoby kadrowe W procesie weryfikacji biorą udział: ● operator systemu egzaminacyjnego, który organizuje zaplecze techniczne do przeprowadzenia weryfikacji i nadzoruje przebieg testu; ● komisja weryfikacyjna, składająca się z 2 egzaminatorów, którzy przeprowadza część praktyczną egzaminu. Osoba będąca egzaminatorem może być jednocześnie operatorem systemu egzaminacyjnego. Operator systemu egzaminacyjnego musi posiadać: - wykształcenie m.in. średnie', - znajomość obsługi komputera w zakresie uruchamiania oraz podstawowej obsługi systemu i zainstalowanych aplikacji, - umiejętność rozwiązywania problemów w sytuacji trudności z nawiązaniem lub zanikiem połączenia internetowego lub obsługą przeglądarki w zakresie kompatybilności z platformą egzaminacyjną. Weryfikację efektów uczenia się w części praktycznej lub w przypadku analizy dowodów i rozmowy prowadzi komisja weryfikacyjna, składająca się z min. 2 osób. Każdy członek komisji weryfikacyjnej musi: - posiadać minimum wykształcenie średnie; - posiadać minimum pięcioletnie doświadczenie zawodowe na samodzielnym lub kierowniczym stanowisku w zakresie zarządzania treściami marketingowymi; - stosować kryteria weryfikacji przypisane do efektów uczenia się dla opisywanej kwalifikacji oraz kryteria oceny formalnej i merytorycznej dowodów na posiadanie efektów uczenia się właściwych dla opisywanej kwalifikacji; - stosować zasady prowadzenia weryfikacji, a także różne metody weryfikacji efektów uczenia się, zgodnie z celami walidacji i zasadami Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji. Instytucja walidująca musi stosować rozwiązania zapewniające rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji. W szczególności istotne jest zapewnienie bezstronności osób przeprowadzających walidację m.in poprzez rozdział osobowy mający na celu zapobieganie konfliktowi interesów osób przeprowadzających walidację. Osoby te nie mogą weryfikować efektów uczenia się osób, które były przez nie przygotowywane do uzyskania kwalifikacji Planowanie, tworzenie i

dystrybuowanie treści marketingowych (content marketingu). 1.3. Sposób organizacji walidacji oraz warunki organizacyjne i materialne Instytucja prowadząca walidację musi zapewnić: ● komputer z dostępem do Internetu na egzaminie teoretycznym/pisemnym oraz praktycznym; ● oprogramowanie do analizy treści, do monitorowania ruchu w Internecie, do obróbki zdjęć; Instytucja prowadząca walidację musi zapewnić bezstronną i niezależną procedurę odwoławczą, w ramach której osoby uczestniczące w procesie walidacji i certyfikacji, mają możliwość odwołania się od decyzji dotyczących spełnienia wymogów formalnych, samych egzaminów, a także decyzji kończącej walidację. W przypadku negatywnego wyniku walidacji instytucja prowadząca walidację jest zobowiązana przedstawić uzasadnienie decyzji. 2. Etapy identyfikowania i dokumentowania Instytucja prowadząca walidację zapewnia wsparcie doradcy na etapie identyfikowania i na etapie dokumentowania posiadanych efektów uczenia się. Doradca: - stosuje metody i narzędzia pomocne przy identyfikowaniu i dokumentowaniu kompetencji; - zna zasady weryfikacji dowodów na osiągnięcie efektów uczenia się; - przestrzega wysokich standardów etyki zawodowej; - zna wymagane efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ustalone dla kwalifikacji będących w zakresie jego działania jako doradcy walidacyjnego; - zna metody i narzędzia stosowane w celu zweryfikowania wymaganych efektów uczenia dla kwalifikacji będących w zakresie jego działania jako doradcy walidacyjnego.

Propozycja odniesienia do poziomu sektorowych ram kwalifikacji (o ile dotyczy)

Syntetyczna charakterystyka efektów uczenia się\*

Osoba posiadająca kwalifikację Planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych (content marketingu) jest gotowa do samodzielnego podejmowania działań związanych z planowaniem, tworzeniem i rozpowszechnianiem treści marketingowych (content marketingu). Analizuje potrzeby i preferencje odbiorców treści marketingowych. Swoje działania zawodowe ogniskuje wokół strategii marketingowej przedsiębiorstwa oraz potrzeb i preferencji klienta bądź pracodawcy. Osoba posiadająca kwalifikację przygotowuje treści marketingowe: tekstowe i multimedialne (zdjęcia, grafiki, filmy, poradniki, artykuły). Dystrybuuje przygotowane treści, wykorzystując kanały internetowe. W trakcie wykonywania swoich zadań zawodowych posługuje się odpowiednimi narzędziami (sprzętem i oprogramowaniem). Monitoruje skuteczność i efektywność wdrażanych rozwiązań. Osoba posiadająca kwalifikację Planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych (content marketingu) jest przygotowana do prowadzenia projektów content marketingowych. W ramach podejmowanych zadań projektowych planuje i deleguje zadania zespołu oraz dostawców.

### Zestawy efektów uczenia się

Numer zestawu w kwalifikacji\*

1

Nazwa zestawu\*

Planowanie wykorzystania treści marketingowych w strategii marketingowej przedsiębiorstwa

Poziom\*

5

Orientacyjny nakład pracy [godz.]\*

40

Rodzaj zestawu

obowiązkowy

Poszczególne efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia

### **Poszczególne efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia**

Efekt uczenia się

Analizuje strategię marketingową przedsiębiorstwa

Kryteria weryfikacji\*

- omawia dostępne działania marketingowe służące przygotowaniu treści marketingowych; - analizuje narzędzia marketingowe stosowane w przedsiębiorstwie (strona internetowa, media społecznościowe, blogi, fora internetowe, grupy dyskusyjne, portale internetowe, artykuły prasowe, materiały drukowane) pod kątem treści marketingowej; - charakteryzuje działania marketingowe podejmowane w przedsiębiorstwach o zbliżonym profilu działalności; - sporządza prezentację dotyczącą strategii marketingowej przedsiębiorstwa.

Efekt uczenia się

Planuje działania związane z opracowaniem i dystrybucją treści marketingowych

Kryteria weryfikacji\*

- charakteryzuje potrzeby klienta na podstawie przeprowadzonego wywiadu; - charakteryzuje kanały dystrybucji treści marketingowych; - identyfikuje docelowe grupy odbiorców treści marketingowych; - dobiera kanały dystrybucji do grup odbiorców oraz rodzaju treści marketingowych; - wyszukuje tematy do tworzenia treści marketingowych; - omawia zasady tworzenia treści marketingowych w zależności od kanału dystrybucji i grupy docelowej (z uwzględnieniem słów kluczowych, rodzajów treści multimedialnych, atrakcyjności „przekazu”); - omawia przepisy prawa autorskiego w zakresie korzystania z utworu; - planuje wykorzystanie innych zasobów do realizacji contentu (z zewnątrz i wewnątrz przedsiębiorstwa); - określa cele działań w zakresie treści marketingowych i wskaźniki ich realizacji; - tworzy harmonogram oraz określa zadania zespołu; - tworzy budżet opracowania i dystrybucji treści marketingowych; - sporządza plan działań związanych z treściami marketingowymi.

Numer zestawu w kwalifikacji\*

2

Nazwa zestawu\*

Przygotowywanie treści marketingowych

Poziom\*

5

Orientacyjny nakład pracy [godz.]\*

80

Rodzaj zestawu

obowiązkowy

Poszczególne efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia

**Poszczególne efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia**

Efekt uczenia się

Opracowuje materiały audiowizualne

Kryteria weryfikacji\*

- rozróżnia rodzaje/gatunki materiałów audiowizualnych; - określa cel materiału audiowizualnego; - tworzy scenariusz materiału audiowizualnego.

Efekt uczenia się

Opracowuje materiały graficzne

Kryteria weryfikacji\*

- rozróżnia rodzaje materiałów graficznych; - wymienia źródła materiałów graficznych; - charakteryzuje formaty plików graficznych; - tworzy scenariusz sesji zdjęciowej; - wykonuje zdjęcia zgodnie z zasadami kompozycji; - stosuje programy i aplikacje do obróbki zdjęć (kadruje, dodaje napisy, stosuje filtry graficzne); - dostosowuje plik graficzny do kanału dystrybucji; - przygotowuje wytyczne dla grafika komputerowego.

Efekt uczenia się

Redaguje tekst dostosowany do kanału dystrybucji

Kryteria weryfikacji\*

- rozróżnia rodzaje/gatunki tekstów tworzonych dla wybranych kanałów dystrybucji; - sporządza tekst odpowiedni do kanału dystrybucji na podstawie tekstu źródłowego.

Numer zestawu w kwalifikacji\*

3

Nazwa zestawu\*

Dystrybuowanie treści marketingowych

Poziom\*

5

Orientacyjny nakład pracy [godz.]\*

8

Rodzaj zestawu

obowiązkowy

Poszczególne efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia

## Poszczególne efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia

Efekt uczenia się

Monitoruje efekty wdrożenia treści marketingowych

Kryteria weryfikacji\*

- rozróżnia programy do monitorowania ruchu w internecie; - dobiera narzędzie do monitorowania ruchu w internecie do kanału dystrybucji; - charakteryzuje narzędzia umożliwiające przeszukiwanie mediów społecznościowych; - analizuje i ocenia treści pod kątem zaangażowania użytkowników; - omawia sposoby optymalizacji treści marketingowych (dobór narzędzi dystrybucji, zmiana treści, grafik, filmów).

Efekt uczenia się

Publikuje treści marketingowe

Kryteria weryfikacji\*

- tworzy proste strony sprzedażowe (landing pages); - omawia znaczniki HTML oraz CSS wg standardu W3C; - wymienia systemy zarządzania treścią (CMS) oraz sprzedażowe (e-commerce); - wprowadza kontent do systemów zarządzania treścią (CMS) oraz sprzedażowych (e-commerce); - omawia proces automatyzacji marketingu.

## Informacje o instytucjach uprawnionych do nadawania kwalifikacji

Wnioskodawca\*

Fundacja VCC

Minister właściwy\*

Ministerstwo Rozwoju

Okres ważności dokumentu potwierdzającego nadanie kwalifikacji i warunki przedłużenia jego ważności\*

Certyfikat ważny 10 lat. W celu odnowienia certyfikatu kandydat poddawany jest weryfikacji, w której dopuszczane są metody: analiza dowodów, test, symulacja, rozmowa z komisją.

Nazwa dokumentu potwierdzającego nadanie kwalifikacji\*

Certyfikat

Uprawnienia związane z posiadaniem kwalifikacji\*

Nie dotyczy

Kod dziedziny kształcenia\*

342 - Marketing i reklama

Kod PKD\*

73.11 - Działalność agencji reklamowych

Status

## Dokumenty

#	Tytuł dokumentu
1	KRS rejestr przedsiębiorców
2	KRS rejestr stowarzyszeń
3	Potwierdzenie wniesienia opłaty
4	Statut Fundacji VCC
5	ZRK_FKU_Planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych (content marketingu)



Oświadczam, że dane zawarte we wniosku o włączenie kwalifikacji rynkowej do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji są zgodne z prawdą. Jestem świadomy odpowiedzialności karnej za złożenie fałszywego oświadczenia.

## Dane o podmiocie, który złożył wniosek

Fundacja VCC

Siedziba i adres: Nałęczowska 30, 20-701 Lublin

NIP: 7123281299

REGON: 061608116

Numer KRS: 0000479551

Reprezentacja: Radosław Panas - Prezes Zarządu, Edyta Migalka - Dyrektor ds. komunikacji

Adres elektroniczny osoby wnoszącej wniosek: edyta.migalka@vccsystem.eu