Zintegrowany Rejestr Kwalifikacji

Kwalifikacja - podgląd

Nazwa kwalifikacji

Planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych (content marketing)

Skrót nazwy

Rodzaj kwalifikacji

kwalifikacja cząstkowa

Poziom PRK/ERK

5

Krótka charakterystyka kwalifikacji, obejmująca informacje o działaniach lub zadaniach, które potrafi wykonywać osoba posiadająca tę kwalifikację

Osoba posiadająca kwalifikację "Planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych (content marketing)" 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 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

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. "ślepota 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

Streszczenie opinii uzyskanych podczas konsultacji projektu kwalifikacji

W trakcie konsultacji wpłynęły wyłącznie głosy aprobujące włączenie kwalifikacji do ZSK. Podkreślono pozytywne konsekwencje tego włączenia, takie jak: zasygnalizowanie istotności kompetencji związanych z tworzeniem i dystrybucją treści marketingowych, standaryzacja kompetencji z tego obszaru poprzez określenie i egzekwowanie wymagań, ułatwienie wejścia na rynek pracy w zakresie kompetencji związanych z marketingiem i e-biznesem osobom o wykształceniu średnim, niekoniecznie związanym z biznesem, zwiększenie transparentności rynku pracy poprzez możliwość monitorowania pozyskiwania kompetencji w ramach edukacji pozaformalnej w zakresie content marketingu.

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

Metody stosowane w walidacji: 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”. Zasoby kadrowe – kompetencje osób przeprowadzających walidację: 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 przeprowadzą część praktyczną egzaminu. Osoba będąca egzaminatorem może być jednocześnie operatorem systemu egzaminacyjnego. Operator systemu egzaminacyjnego musi posiadać: – wykształcenie minimum 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 minimum 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 marketing)". Sposób prowadzenia walidacji oraz warunki organizacyjne i materialne niezbędne do prawidłowego prowadzenia walidacji: Instytucja prowadząca walidację musi zapewnić: – komputer z dostępem do internetu wraz z zainstalowaną przeglądarką internetową 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. Etapy identyfikowania i dokumentowania: Instytucja prowadząca walidację musi zapewnić wsparcie doradcy pierwszego kontaktu 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.

Odniesienie do poziomu sektorowych ram kwalifikacji (o ile dotyczy)

Nie dotyczy.

Data włączenia kwalifikacji do ZSK

2018-11-08

Podstawa prawna

Obwieszczenie Ministra Przedsiębiorczości i Technologii z dnia 23 października 2018 r. w sprawie włączenia kwalifikacji rynkowej "Planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych (content marketing)" do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji (Monitor Polski z dnia 8 listopada 2018 r., poz. 1090).

Syntetyczna charakterystyka efektów uczenia się

Osoba posiadająca kwalifikację „Planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych (content marketing)" jest gotowa do samodzielnego podejmowania działań związanych z planowaniem, tworzeniem i rozpowszechnianiem treści marketingowych. Rozpoznaje i charakteryzuje potrzeby odbiorców treści marketingowych. Wspiera realizację strategii marketingowej przedsiębiorstwa. Osoba posiadająca kwalifikację przygotowuje treści marketingowe: tekstowe i multimedialne (zdjęcia, grafiki, filmy, poradniki, artykuły). Dystrybuuje przygotowane treści z wykorzystaniem kanałów internetowych. W trakcie wykonywania swoich zadań zawodowych posługuje się odpowiednimi narzędziami (sprzętem i oprogramowaniem). Monitoruje skuteczność i efektywność wdrażanych rozwiązań. W ramach podejmowanych zadań projektowych planuje i przekazuje zadania współpracownikom oraz zewnętrznym wykonawcom usług.

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

01. 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

02. Planuje działania związane z opracowaniem i dystrybucją treści marketingowych

Kryteria weryfikacji

– rozpoznaje i charakteryzuje potrzeby przedsiębiorstwa np. na podstawie przeprowadzonego wywiadu; – identyfikuje docelowe grupy odbiorców treści marketingowych; – określa cele działań w zakresie treści marketingowych i wskaźniki ich realizacji; – charakteryzuje kanały dystrybucji 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 i perswazyjności przekazu); – omawia przepisy prawa autorskiego i RODO w zakresie korzystania z utworu; – planuje wykorzystanie innych zasobów do tworzenia treści marketingowych (z zewnątrz i wewnątrz przedsiębiorstwa); – 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

01. 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; – optymalizuje treści dla potrzeb marketingu w wyszukiwarkach (SEM, SEO, PPC); – omawia zasady przygotowania treści zgodnie z obowiązującym standardem WCAG.

Efekt uczenia się

02. 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

03. Opracowuje materiały audiowizualne

Kryteria weryfikacji

– rozróżnia rodzaje/gatunki materiałów audiowizualnych; – określa cel materiału audiowizualnego; – tworzy scenariusz materiału audiowizualnego; – przygotowuje wytyczne dla wykonawcy materiału audiowizualnego; – omawia zasady przygotowania materiałów audiowizualnych zgodnie z obowiązującym standardem WCAG.

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

01. Publikuje treści marketingowe

Kryteria weryfikacji

– tworzy proste strony internetowe (w tym tzw. landing pages); – omawia znaczniki HTML oraz CSS według standardu W3C; – wymienia systemy zarządzania treścią (CMS) oraz sprzedażowe (e-commerce); – wprowadza treści do systemów zarządzania treścią (CMS) oraz sprzedażowych (e-commerce); – omawia proces automatyzacji marketingu.

Efekt uczenia się

02. 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, materiałów audiowizualnych).

Informacje o instytucjach uprawnionych do nadawania kwalifikacji

Instytucja uprawniona do nadawania kwalifikacji

Fundacja VCC

Data uzyskania uprawnień do nadawania kwalifikacji

2019-01-11

Termin wykonania ewaluacji zewnętrznej

Instytucja prowadząca ewaluację zewnętrzną

Sieć Badawcza ŁUKASIEWICZ - Instytut Technologii Eksploatacji

Data zawarcia umowy na pełnienie funkcji zewnętrznego zapewniania jakości wobec instytucji certyfikującej

2019-07-25

Status

aktywny

Instytucja uprawniona do nadawania kwalifikacji

Fundacja My Personality Skills

Data uzyskania uprawnień do nadawania kwalifikacji

2023-03-13

Termin wykonania ewaluacji zewnętrznej

Instytucja prowadząca ewaluację zewnętrzną

Sieć Badawcza ŁUKASIEWICZ - Instytut Technologii Eksploatacji

Data zawarcia umowy na pełnienie funkcji zewnętrznego zapewniania jakości wobec instytucji certyfikującej

2023-06-13

Status

aktywny

Wnioskodawca

Fundacja VCC

Minister właściwy

Minister Rozwoju, Pracy i Technologii (do 12.08.2021)

Okres ważności dokumentu potwierdzającego nadanie kwalifikacji i warunki przedłużenia jego ważności

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

Termin dokonywania przeglądów kwalifikacji (dotyczy kwalifikacji rynkowych)

2028-11-08

Nazwa dokumentu potwierdzającego nadanie kwalifikacji

Certyfikat

Uprawnienia związane z posiadaniem kwalifikacji

Nie dotyczy

Kod dziedziny kształcenia

342 - Marketing i reklama

Kod PKD

Kod	Nazwa
73.11	Działalność agencji reklamowych

Kod kwalifikacji w ZRK

5C341800020

Status

Funkcjonująca