



MONITOR POLSKI

DZIENNIK URZĘDOWY RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Warszawa, dnia 8 listopada 2018 r.

Poz. 1090

**OBWIESZCZENIE
MINISTRA PRZEDSIĘBIORCZOŚCI I TECHNOLOGII¹⁾**

z dnia 23 października 2018 r.

w sprawie włączenia kwalifikacji rynkowej „Planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych (content marketing)” do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji

Na podstawie art. 25 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 22 grudnia 2015 r. o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji (Dz. U. z 2017 r. poz. 986 i 1475 oraz z 2018 r. poz. 650 i 1669) ogłasza się w załączniku do niniejszego obwieszczenia informacje o włączeniu kwalifikacji rynkowej „Planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych (content marketing)” do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji.

Minister Przedsiębiorczości i Technologii: *J. Emilewicz*

¹⁾ Minister Przedsiębiorczości i Technologii kieruje działem administracji rządowej – gospodarka, na podstawie § 1 ust. 2 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 10 stycznia 2018 r. w sprawie szczegółowego zakresu działania Ministra Przedsiębiorczości i Technologii (Dz. U. poz. 93).

Załącznik do obwieszczenia Ministra Przedsiębiorczości i Technologii z dnia 23 października 2018 r. (poz. 1090)

INFORMACJE O WŁĄCZENIU KWALIFIKACJI RYNKOWEJ „PLANOWANIE, TWORZENIE I DYSTRYBUOWANIE TREŚCI MARKETINGOWYCH (CONTENT MARKETING)” DO ZINTEGROWANEGO SYSTEMU KWALIFIKACJI

1. Nazwa kwalifikacji rynkowej

Planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych (content marketing).

2. Nazwa dokumentu potwierdzającego nadanie kwalifikacji rynkowej

Certyfikat.

3. Okres ważności dokumentu potwierdzającego nadanie kwalifikacji rynkowej 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.

4. Poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji przypisany do kwalifikacji rynkowej

5 poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji.

5. Efekty uczenia się wymagane dla kwalifikacji rynkowej

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.

Zestaw 1. Planowanie wykorzystania treści marketingowych w strategii marketingowej przedsiębiorstwa	
Poszczególne efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji ich osiągnięcia
Analizuje strategię marketingową przedsiębiorstwa	– 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.
Planuje działania związane z opracowaniem i dystrybucją treści marketingowych	– 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 multimedial-

	nych, 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.
--	---

Zestaw 2. Przygotowywanie treści marketingowych	
Poszczególne efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji ich osiągnięcia
Redaguje tekst dostosowany do kanału dystrybucji	– 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.
Opracowuje materiały graficzne	– 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.
Opracowuje materiały audiowizualne	– 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.

Zestaw 3. Dystrybuowanie treści marketingowych	
Poszczególne efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji ich osiągnięcia
Publikuje treści marketingowe	– 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.
Monitoruje efekty wdrożenia treści marketingowych	– 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).

6. Wymagania dotyczące walidacji i podmiotów przeprowadzających walidację

<p>Metody stosowane w walidacji</p> <p>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.</p> <p>Analizy dowodów nie wolno stosować do weryfikowania umiejętności „Monitoruje efekty wdrożenia treści marketingowych”.</p> <p>Zasoby kadrowe – kompetencje osób przeprowadzających walidację</p> <p>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.</p>
--

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.

7. Warunki, jakie musi spełniać osoba przystępująca do walidacji

Wykształcenie minimum średnie (bez konieczności posiadania świadectwa dojrzałości).

8. Termin dokonywania przeglądu kwalifikacji

Nie rzadziej niż raz na 10 lat.