

Program kursu

Nazwy i język marki w praktyce

Prowadzi: Kamila Paradowska
Dobra Treść

Terminy:

- Listopad 2026: możesz dołączyć do 2. edycji kursu
- Styczeń 2027: warsztaty na żywo dla wersji rozszerzonej (raz w tygodniu)

Moduł 1 · 10 lekcji

Nazwy: od pomysłu do decyzji

1. Rola i potęga skutecznego namingu

Wprowadzenie do świata nazw, czyli dlaczego nazwa to najtrudniejszy element tożsamości marki i jakie funkcje musi spełniać w nowoczesnym biznesie.

2. Claim i slogan: strategiczne dopełnienie nazwy

Nauczysz się projektować hasła w oparciu o to, z czym marka walczy i wartościami, które obiecuje klientowi.

3. Architektura nazw i skalowalne systemy nazw

Zrozumiesz zależności między submarkami a marką matką. Dowiesz się jak projektować hierarchię, która ułatwia nawigację klientom.

4. Aspekty prawne i ochrona własności intelektualnej

Naming to nie tylko kreatywność, to przede wszystkim bezpieczeństwo. Pokażę, kiedy i jak warto sprawdzać i rejestrować nazwy, by unikać kosztownych błędów prawnych.

5. Metodyka budowania nazwy marki

Przejdziemy krok po kroku przez profesjonalny proces: od analizy konkurencji i briefu, przez techniki generowania pomysłów, aż po selekcję.

6. Słowo staje się obrazem: synergia namingu, typografii i formatu logo

Nazwa nie istnieje w próżni. Dowiesz się, jak długość słowa i jego rytm wpływają na czytelność logo i wybór fontu.

7. Naming w świecie cyfrowym: dobór domen i optymalizacja pod SEO

Techniczne zaplecze nazwy. Jak znaleźć wolną domenę w zatłoczonym internecie i jak nazwa wpływa na pozycjonowanie w wyszukiwarkach.

8. Strategie tworzenia nazw kampanii i akcji specjalnych

Krótkodystansowcy, czyli lekcja o tym, jak nazywać kampanie reklamowe i promocje, by przyciągały uwagę i wspierały główny brand.

9. Case study: naming w sektorze finansowym – od podcastu po tytuł książki

Analiza przypadku: jak budowaliśmy autorytet i zaufanie w branży premium poprzez precyzyjnie dobrany język korzyści.

10. Case study: kreacja emocji – proces budowania nazwy w branży turystycznej

Analiza przypadku: jakich technik użyłam do budowania obietnicy przygody i relaksu w nazwie.

Moduł 2 · 14 lekcji

Język marki: od wytycznych do wdrożenia

1. Eliminacja klisz i pułapek językowych

Wojna z nudą i banałem. Dowiesz się, jak rozpoznać wytarte frazy i co robić z branżowym żargonem.

2. Konwencje i gatunki przekazu: uruchomienie kodów kulturowych

Uczysz się korzystać ze strategicznych skrótów, które są już zapisane w głowach Twoich odbiorców.

3. Zarządzanie temperaturą języka

Kiedy budować dystans, a kiedy skracać relację? Poznasz skalę natężenia emocjonalnego i perspektywy narracyjne dopasowane do marki.

4. Psychologia języka i mechanizmy wpływu

Zrozumiesz, dlaczego pewne konstrukcje budują autorytet, a inne sympatię. Poznasz lingwistyczne wyzwalacze uwagi i zaufania.

5. Fundamenty brand storytellingu i narracji

Nauczysz się konstruować opowieści marki. Dowiesz się, jak ubrać wartości w strukturę, która zapada w pamięć.

6. Benchmarki czyli sztuka obserwacji otoczenia

Przejdzie do strategii. Nauczysz się analizować komunikację innych i zbierać inspiracje, które pomogą Ci zdefiniować własny styl.

7. Diagnostyka i audyt języka marki

Sprawdzian rzeczywistości. Dowiesz się, jak przeprowadzić audyt dotychczasowych treści i wyłapać błędy osłabiające wizerunek brandu.

8. Narzędzia TOV: voice chart i glosariusze

Przełożenie zasad na praktykę. Stworzysz konkretne narzędzia i listy słów, które ułatwią codzienne pisanie zgodnie ze strategią.

9. Warsztat stratega: wykuwanie dokumentu TOV

Konstytucja marki. Nauczysz się strukturyzować dokument, który stanie się jedynym źródłem prawdy o języku dla zespołu.

10. Komunikacja dla osób neuroróżnorodnych

Współczesny standard dostępności. Jak pisać, by być zrozumiałym dla osób ze spektrum autyzmu, ADHD czy dysleksją, dbając o inkluzywność.

11. UX writing w instrukcjach i regulaminach

Sztuka upraszczania i budowania przewagi. Jak zamienić trudne treści i nudne dokumenty w elementy, które budują pozytywne doświadczenie klienta.

12. Zarządzanie procesem transformacji języka

Wdrażanie zmiany. Poznasz konkretną ścieżkę: od projektów pilotażowych i wersji beta, po fazę testowania i zbierania feedbacku.

13. Case study: marka medyczna i branże wrażliwe

Analiza przypadku: jak balansować między empatią a profesjonalnym autorytetem w wymagającym kontekście komunikacyjnym.

14. Case study: skuteczność komunikacji w oparciu o dane

Analiza wyników kilkudziesięciu kreacji wideo. Dowiesz się, dlaczego konkretne scenariusze zadziałały, a inne zawiodły w starciu z rynkiem.

Moduł 3 · 6 lekcji

AI w pracy z językiem marki

1. Architektura modeli: nawigacja po ekosystemie AI

Dowiesz się, jak świadomie dobrać modele pod kątem ich unikalnych silników (reasoning vs. creativity), a także wdrażać standardy etycznej i oszczędnej pracy.

2. Zasilanie modeli i projektowanie Brand Voice

Sztuka trenowania AI na Twojej strategii. Nauczysz się tworzyć wytyczne i zasilać pracę AI, aby model pisał zgodnie z unikalnym głosem brandu.

3. Twój drugi mózg: wykorzystywanie umiejętności modeli

Dowiesz się, jak wykorzystać modele do przetwarzania i rozumienia większych danych. Spróbujesz oddać AI także część pracy koncepcyjnej (popracujesz m.in. z Claude Skills).

4. Case study: interaktywna ankieta przed szkoleniem

Dowiesz się, jak z pomocą AI przełożyłam swój sposób komunikacji na ankietę, która obniża napięcie u odbiorców i buduje grunt pod wspólną naukę.

5. Zintegrowane centrum zarządzania i produkcji treści

Budowa systemu, w którym trzymasz wszystkie wypracowane strategie i treści. To Twój hub operacyjny, który pilnuje spójności marki na każdym etapie – od postów po instrukcje.

6. Finał: projektowanie ofert i monetyzacja kompetencji

Dowiesz się, jak przełożyć konkretne umiejętności zdobyte w kursie na gotową propozycję współpracy. Razem z AI zaprojektujemy Twoją ofertę i określimy, jak wyceniać te usługi na rynku.
