

# MARKETING I PUBLIC RELATIONS W MŚP 2020

## Usługa archiwalna

### Informacje o usłudze

<b>Czy usługa może być dofinansowana?</b>	Tak
<b>Sposób dofinansowania</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>wsparcie dla przedsiębiorców i ich pracowników</li></ul>
<b>Rodzaj usługi</b>	Usługa szkoleniowa
<b>Podrodzaj usługi</b>	Usługa szkoleniowa
<b>Dostępność usługi</b>	Otwarta

Numer usługi	<b>2020/02/16/14054/531446</b>		
Cena netto	<b>1 495,00 zł</b>	Cena brutto	<b>1 495,00 zł</b>
Cena netto za godzinę	<b>186,88 zł</b>	Cena brutto za godzinę	<b>186,88</b>
Usługa z możliwością dofinansowania	<b>Tak</b>		
Liczba godzin usługi	<b>8</b>		
Termin rozpoczęcia usługi	<b>2020-04-18</b>	Termin zakończenia usługi	<b>2020-04-18</b>
Termin rozpoczęcia rekrutacji	<b>2020-02-16</b>	Termin zakończenia rekrutacji	<b>2020-04-17</b>
Maksymalna liczba uczestników	9		
Kategoria główna KU	<b>Zarządzanie i organizacja</b>		
Podstawa uzyskania wpisu w zakresie świadczenia usług współfinansowanych	<b>Certyfikaty:</b> Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0		

Czy usługa pozwala na uzyskanie kwalifikacji lub części kwalifikacji zarejestrowanych w ZRK?	<b>Nie</b>
Czy usługa pozwala na uzyskanie kwalifikacji innych niż kwalifikacje zarejestrowane w ZRK?	<b>Nie</b>
Czy usługa prowadzi do nabycia kompetencji?	<b>Tak</b>

## Informacje o podmiocie świadczącym usługę

Nazwa podmiotu		<b>Firma Szkoleniowo - Usługowa „Binsztok i Partnerzy” Aleksander Binsztok</b>	
Osoba do kontaktu	<b>Agnieszka Ficnerska</b>	Telefon	<b>882 714 330</b>
E-mail	<b>biuro@binsztok.pl</b>		

## Cel usługi

### Cel edukacyjny

Celem szkoleń jest zdobycie wiedzy przez Uczestników na temat znaczenia media relations dla organizacji oraz nabycie praktycznych umiejętności w celu podjęcia skutecznych działań związanych z planowaniem, organizacją i zarządzaniem projektami strategicznymi firmy. Uczestnicy szkolenia dowiedzą się w jaki sposób projektować działania utrzymujące uwagę klientów oraz kształtujące ich lojalność, jakie są najefektywniejsze metody komunikacji z klientami w mediach społecznościowych oraz na czym polega efektywność strategii marketingowej. Przeczytaj więcej na:

<https://szkolenia.avenhansen.pl/szkolenia-zamkniete/media-relations-warsztat-pr-managera.html>

## Szczegółowe informacje o usłudze

### Ramowy program usługi

Przekładanie zrozumienia potrzeb rynkowych (oczekiwań klientów) na przygotowywaną prezentację, czyli

#### **Jak w prosty sposób rozpoznać preferencje klientów?**

Segmentacja rynku i wybór rynku docelowego a dopasowanie prezentacji, czyli

#### **Kto powinien być strategicznym klientem firmy i jak o takiego klienta szczególnie zabiegać?**

Pozycjonowanie oferty handlowej, czyli

#### **Jak stworzyć pozytywny wizerunku produktów i usług oraz firmy?**

Analiza ABC i zasada V. Pareto „80/20”, czyli

#### **Jak zarządzać grupą strategicznych produktów firmy?**

Określenie pozycji rynkowej i kierunków rozwoju firmy, czyli

**Jak przeprowadzić analizę rynku, analizę sił i słabości, szans i zagrożeń? (analiza SWOT),**

**W jaki sposób określać cykl życia produktów? (analiza BCG),**

**Jak wykorzystać benchmarking, jako metodę właściwego porównywania i uczenia się od konkurencji?**

**Jak wykorzystywać atuty rywali rynkowych (innych firm), aby z powodzeniem przeprowadzić prezentację własnych produktów?**

Planowanie programu marketingowego i kierowanie go do właściwych osób we właściwym czasie, aby efektem było podniesienie obrotów firmy, czyli

**Na czym polega złożoność programów marketingowych?**

**Dlaczego badanie rynku jest tak istotnym elementem aktywności marketingowej firmy?**

**Jak opracować dobrą strategię marketingową?**

**Jak kreować pozytywny wizerunek firmy?**

**Jak promować reputację firmy?**

**W jaki sposób opracować i wdrażać kampanie reklamowe?**

**Jak układać relacje pomiędzy PR-em a marketingiem?**

Marketingowa polityka cenowa i strategiczna, czyli

**Jaki wpływ na sukces ma badanie cen oraz testowanie cen nowych produktów?**

**Jak dokonać analizy punktu krytycznego i kiedy podejmować decyzji o zmianie cen produktów i usług?**

**Jak dostosowywać strategię marketingową do uwarunkowań rynkowych i specyfiki działalności firmy?**

Przedmiot i etapy prowadzenia badań marketingowych, czyli

**Jaka jest istota, przesłanki i użyteczność badań marketingowych?**

**Jaki są etapy procesu badań marketingowych?**

**Jak zorganizować proces badań marketingowych?**

**Jakimi metodami gromadzić dane?**

**Kiedy stosować metody ankietowe, a kiedy badania panelowe?**

**Jak przeprowadzić badania skuteczności systemu komunikacji marketingowej?**

**Jak opracować raport z badań i wnioski dla planów strategicznych biura?**

Specyfika działań promocyjnych, czyli

**Jak zdefiniować cele polityki promocyjnej firmy?**

**W jaki sposób planować budżet działań promocyjnych?**

**Jak dobierać narzędzia promocji?**

**Jak przygotowywać i mierzyć efekty kampanii promocyjnej?**

Stosowane narzędzia promocyjne, czyli

**Jaka jest rola reklamy dostępie do nowego klienta?**

**Jak prowadzić sprzedaż osobistą i lokalizować przez to klientów?**

**Na jakich warunkach opierać promocję dodatkową (sales promotion)?**

**Jak kształtować public relations i publicity firmy?**

**Efekty usługi (produkty), efekty uczenia się/kształcenia**

Uczestnicy szkolenia zdobędą wiedzę jakich nowych form komunikacji warto dzisiaj używać,

poznają w teorii i praktyce podstawowe elementy marketingu najlepiej dopasowane do działalności małej i średniej firmy,

nauczą się wdrażać w praktyce planowania działań i zadań marketingowych w swoim przedsiębiorstwie

nauczą się dokonywać odpowiedniego wyboru strategii marketngowej określając pole rynkowe.

**Grupa docelowa**

Szkolenie dedykowane jest dla wszystkich, którzy posługują się PR-em w codziennej pracy i dbają o wizerunek swojej firmy i swoich klientów.

## Harmonogram

LP	Przedmiot / Temat zajęć	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1	MARKETING I PUBLIC RELATIONS W MŚP	2020-04-18	10:00	18:00	8:00

## Osoby prowadzące usługę

Imię i nazwisko	<b>Aleksander Binsztok</b>
Obszar specjalizacji	ZARZĄDANIE I MARKETING
Doświadczenie zawodowe	lider zespołu trenerów, coachów i mediatorów Firmy Szkoleniowo - Usługowej „Binsztok i Partnerzy”; adiunkt w Uniwersytecie Ekonomicznym we Wrocławiu; od 11 lat kierownik naukowy pierwszych w Polsce studiów

podyplomowych z zakresu mediacji „Mediator (Master of Business Mediation)” organizowanych na Uniwersytecie Ekonomicznym we Wrocławiu; kierownik naukowy studiów podyplomowych pn.: „Profesjonalna Sprzedaż i Zarządzanie Sprzedażą”, „Coaching przywódczy i trenerski” oraz studiów pn. „Lider Pozytywnych Zmian (Leader of Positive Changes)” dla elitarniej grupy kadr zarządzających dużymi przedsiębiorstwami w Polsce; wykładowca na studiach MBA (Master of Business Administration) organizowanych na Wyższej Szkole Bankowej we Wrocławiu, w latach 2005–2009 prezes Oddziału Towarzystwa Naukowego Organizacji i Kierownictwa we Wrocławiu; autor ponad 70 publikacji naukowych, artykułów prasowych i książek nt. zarządzania, marketingu oraz psychologicznych technik wywierania wpływu społecznego w tym książek z zakresu komunikacji interpersonalnej pt.: „Kiedy kropla drąży skałę, czyli droga do mistrzostwa w komunikacji perswazyjnej”, „Kompedium technik perswazyjnych” czy „Jak oczarować klientów w sklepie, czyli merchandising z elementami psychologii zachowań konsumentów”; ponadto współautor książek z zakresu autorozwoju „Czasologia”, „Ogrody doskonałości”, „Obrazy w głowie”; redaktor naukowy książek z zakresu mediacji i negocjacji: „Sztuka skutecznego prowadzenia mediacji. Zagadnienia prawne i ekonomiczne” (Wyd. UE we Wrocławiu, Wrocław 2012) oraz „Sztuka skutecznego prowadzenia mediacji i negocjacji. Zagadnienia psychologiczne i komunikacyjne” (Wyd. Marina, Wrocław 2013), Mediacje gospodarcze (Wyd. Marina, Wrocław 2015), Rozwiązywanie sporów zbiorowych (Wyd. Marina, Wrocław 2016); wykładowca w Akademii Górniczo-Hutniczej w Krakowie na studiach podyplomowych z zakresu pośrednictwa w obrocie nieruchomościami oraz zarządzania nieruchomościami;; jeden z nielicznych naukowców, którzy łączą i wykorzystują najnowsze odkrycia w dziedzinie ekonomii i psychologii do generowania zysków w biznesie; przynależący do wielu organizacjach zawodowych m.in.: Polskiego Stowarzyszenia Zarządzania Kadrami, Dolnośląskiej Izby Gospodarczej czy Zachodniej Izby Gospodarczej; współpracujący z Lożą Dolnośląską BCC.

Doświadczenie w świadczeniu tego typu usług	<p>Od ponad 10 lat doradca i trener firm, które z powodzeniem stosują w praktyce umiejętność niezauważalnego oddziaływania na myśli, emocje i zachowania innych ludzi, do grona jego Klientów należą: KGHM Polska Miedź S.A., IKEA, TAURON, PZU Życie, PKO BP, IBM, HP, Volkswagen i wiele innych firm z różnych branż, prowadzący warsztaty i prelekcje w Okręgowej Radzie Adwokackiej oraz Okręgowej Izbie Radców Prawnych we Wrocławiu, Wałbrzychu, Zielonej Górze i Koszalinie, a także w Izbach Komorniczych – we Wrocławiu i Krakowie; ponadto trener wielu kancelarii prawnych i firm prawniczych (np. VOTUM S.A.), a także organizacji zajmujących się windykacją należności, m.in. KRUK S.A., KOKSZTYS, KR D, Alectum Incaso oraz trener wielu firm i stowarzyszeń zajmujących się pośrednictwem w obrocie nieruchomościami oraz zarządzaniem nieruchomościami.</p>
Wykształcenie	<p>doktor nauk ekonomicznych; specjalizacja: zarządzanie i marketing; absolwent Szkoły Trenerów „Moderator” oraz wielu szkoleń i warsztatów trenerskich w kraju i zagranicą (m.in. uczeń Anthonego Robbinsa i Roberta Cialdiniego); laureat zespołowej nagrody Ministra Edukacji i Szkolnictwa Wyższego za najlepszą książkę z zakresu zarządzania organizacjami.</p>
Imię i nazwisko	<b>Marek Karpiński</b>
Obszar specjalizacji	<p>specjalizuje się w zakresie autorozwoju, komunikacji interpersonalnej oraz budowania i integracji zespołów.</p>

Doświadczenie zawodowe	Wykłada na Uniwersytecie Ekonomicznym we Wrocławiu na Studiach Podyplomowych: „Profesjonalna Sprzedaż i Zarządzanie Sprzedażą”, „Mediator”, „Coaching Przywódcy i Trenera” oraz „Lider Pozytywnych Zmian”, a także w Akademii Leona Koźmińskiego w Warszawie, prowadził szkolenia w ramach programu „Sportowcy na Rynku Pracy” w zakresie budowania zespołów, komunikacji oraz rozwiązywania konfliktów, trener zajęć budowania zespołu w projekcie „Menedżer na Medal”, organizowanych dla kadr sportowych przez Dolnośląską Federację Sportu. Prowadził szkolenia dla trenerów ligowych „Lider czy przywódca – jak kierować grupą”
Doświadczenie w świadczeniu tego typu usług	Prowadzi zajęcia integracyjno-rozwojowe dla firm wielu firm a jego klientami są m.inn. Viscoplast, Dyckerhoff, Siemens, Volkswagen, Unibers, Pzu, Ikea, Kruk, Farutex, Conroltec i wiele innych.
Wykształcenie	dyplomowany coach – posiada certyfikat Master Coach EHV Odbył wiele szkoleń w zakresie rozwoju potencjału ludzkiego, które prowadzone były m.in. przez trenerów z USA („Business & You”, „Sztuka zarządzania stresem”) czy Kanady („Laboratorium rozwoju osobowości. Sztuka bycia liderem”). Brał także udział w szkoleniach: Agencji „Młodzież” („Wspieraj z głową – coaching”), Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości – szkolenia w ramach programu „Inwestycja w kadry”, szkoleniach dla doradców gospodarczych (Celle - Niemcy); w roku 2007 odbył zajęcia w Szkole Trenerów Biznesu i Doradztwa Personalnego w Krakowie

Imię i nazwisko	<b>Henryk Pilarski</b>
Obszar specjalizacji	Rozwój osobowy pracowników i i zarządzanie firmą
Doświadczenie zawodowe	Prowadzi od 1991 r wykłady, konsultacje i treningi z zakresu zarządzania, zarządzania zmianami, negocjacji, sprzedaży, prezentacji, komunikacji międzyludzkiej, marketingu, controllingu, zarządzania zasobami ludzkimi, budowy strategii oraz budowy zespołów. W prowadzonych przez siebie zajęciach adaptuje doświadczenia i know-how z innych krajów do warunków polskiego biznesu.

<p>Doświadczenie w świadczeniu tego typu usług</p>	<p>Posiada bardzo bogate doświadczenie w kierowaniu zespołami ludzkimi w przedsiębiorstwie, przez wiele lat piastował stanowisko kierownicze w przemyśle maszynowym i okrętowym; jest m.in. współautorem skryptów i opracowań „Uwarunkowania organizacyjno-ekonomiczne przemysłu okrętowego” oraz „Formy organizacyjne przemysłu okrętowego warunkujące poprawę efektywności” prowadzi z sukcesem szkolenia i warsztaty dla firm z każdego sektora branżowego występującego na polskim rynku. Jest doradcą, konsultantem coachem trenerem biznesu od 24 lat; w zespole trenerskim firmy „Binsztok i Partnerzy” pracuje od 7 lat; Wykłada na Uniwersytecie Ekonomicznym we Wrocławiu na Studiach Podyplomowych: „Profesjonalna Sprzedaż i Zarządzanie Sprzedażą”, „Mediator”, „Coaching Przywódca i Trener” czy „Lider Pozytywnych Zmian” W obszarze jego szczególnych zainteresowań jest radzenie sobie z niemocą decyzyjną i wykonawczą coachowanych osób, metody radzenia sobie ze stresem oraz zarządzanie konfliktem i prowadzenie negocjacji i mediacji; Szczególnie ceni sobie doradztwo w zakresie zarządzania, prowadzenia interesów, rozwoju organizacji i zespołów ludzkich; Posiada bardzo bogate doświadczenie w kierowaniu zespołami ludzkimi w przedsiębiorstwie, przez wiele lat piastował stanowisko kierownicze w przemyśle maszynowym i okrętowym; jest m.in. współautorem skryptów i opracowań „Uwarunkowania organizacyjno-ekonomiczne przemysłu okrętowego” oraz „Formy organizacyjne przemysłu okrętowego warunkujące poprawę efektywności”; Wiele lat pracował także w sporcie zajmując się psychologią i motywacją w sporcie wyczynowym. Wyzwaniem dla niego jest zawsze radzenia sobie w trudnych i zaskakujących sytuacjach.</p>
<p>Wykształcenie</p>	<p>mgr inżynier kursy trenerskie: Programowanie Neurolingwistyczne (NLP), dyplom w zakresie „Principles of Fund Management”- Londyn, prowadzenia negocjacji społecznych, trening trenerów w Danii - „Principles of Leadership”, „Human Resources Management” w Belgii;</p>

## Lokalizacja usługi



Adres:

**REZEDOWA 66**

**54-515 Wrocław, woj. dolnośląskie**

Szczegóły miejsca realizacji usługi:

Warunki logistyczne: