

APS Piotr Olgierd
Sułkowski**Szkolenie: MARKETING I SPRZEDAŻ W
GOSPODARCE CYFROWEJ**

Numer usługi 2024/02/06/36960/2065141

Pierzchnica / stacjonarna

Usługa szkoleniowa

60 h

06.05.2024 do 21.05.2024

9 444,00 PLN brutto

9 444,00 PLN netto

157,40 PLN brutto/h

157,40 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Sposób dofinansowania	wsparcie dla osób indywidualnych
Grupa docelowa usługi	Szkolenie dedykowane jest wszystkim osobom, które chcą zarządzać transformacją cyfrową z elementami wpływu społecznego. Szczególnie skorzystają na nim: menadżerowie sprzedaży sprzedawcy / handlowcy oraz wszystkie osoby, które na co dzień mają do czynienia ze sprzedażą i marketingiem. Od uczestników szkolenia nie jest wymagana wiedza ani uprzednie doświadczenie związane ze sprzedażą. Wymagane są natomiast podstawowe umiejętności komunikacyjne.
Minimalna liczba uczestników	3
Maksymalna liczba uczestników	15
Data zakończenia rekrutacji	05-05-2024
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	60
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Certyfikat systemu zarządzania jakością wg. ISO 9001:2015 (PN-EN ISO 9001:2015) - w zakresie usług szkoleniowych

Cel

Cel edukacyjny

Szkolenie przygotowuje do prowadzenia skutecznego marketingu i sprzedaży z wykorzystaniem narzędzi cyfrowych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Tworzy marketing i sprzedaż w internecie	Wymienia przykłady stosowania nowoczesnych narzędzi cyfrowych w budowaniu marketingu mix oraz wskaźniki efektywności.	Test teoretyczny
	Charakteryzuje zasady i przykłady skutecznej komunikacji z wykorzystaniem mediów społecznościowych i kampanii internetowych.	Test teoretyczny
	Charakteryzuje zasady działania marketingautomation	Test teoretyczny
	Charakteryzuje pojęcia nowoczesnego marketingu cyfrowego (np. real time marketing, mobile marketing, e-mail marketing, programmatic/RTB i inne)	Test teoretyczny
	Identyfikuje metody i narzędzi angażowania klientów w proces kreowania wartości i personalizacji produktów/ usług (np. konfiguratorzy produktów online)	Test teoretyczny
	Ocenia strategie e-marketingu	Test teoretyczny
	rketingu w firmie. Poprawnie interpretuje wskaźniki i ocenia efekty działań marketingu cyfrowego	Test teoretyczny
	Identyfikuje właściwe narzędzia marketingu internetowego do odpowiedniej sytuacji rynkowej i przyjętego modelu biznesowego	Test teoretyczny

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji zawiera opis efektów uczenia się?

Tak, dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji -zaświadczenie- zawiera opis efektów uczenia się.

Pytanie 2. Czy dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji?

Tak, dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji -zaświadczenie- potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji.

Pytanie 3. Czy dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

Tak, dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji -zaświadczenie- potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji.

Program

Dzień 1

- Wprowadzenie do marketingu
- Klient - potrzeby, popyt, produkt, jakość, zadowolenie klienta pytanie czy znak swoje klienta?
- Rodzaje marketing np.: business-to-consumer (B2C), business-to-business (B2B), marketing mix, nowoczesny marketing cyfrowy
- Funkcje marketingu, marketingowe mity
- Trójkąt strategiczny w marketingu - preferencje, koszty, realizacja (proces marketingowy), racja bytu (ryniki i grupy docelowe)

Dzień 2

- Badania marketingowe i ich rola we współczesnym marketingu; Czynniki wpływające na marketingi i sprzedaż
- Analiza SWOT
- Strategia: czym jest strategia?, ideał marketingowy, zasady sukcesu rynkowego, strategiczne jednostki biznesowe i rynki docelowe, decyzje strategiczne, pozycjonowanie strategiczne, dodaje strategii e-marketingu

Dzień 3

- Marketing-mix - narzędzia marketingowe
- Polityka produktowa, polityka cenowa, polityka dystrybucyjna, polityka komunikacyjna

Dzień 4

- Media społecznościowe w marketingu-mix - rodzaje i strategię
- Wskaźniki efektywności działań marketingowych

Dzień 5

- Profil klienta
- Metody i narzędzia angażowania klienta

Dzień 6

- Kreowanie wartości, personalizacja produktów jako narzędzia marketingowe
- Zasady skutecznej komunikacji

Prowadzone w ramach szkolenia zajęcia będą realizowane metodami interaktywnymi i aktywizującymi, rozumianymi jako metody umożliwiające uczenie się w oparciu o doświadczenie i pozwalające uczestnikom na ćwiczenie umiejętności.

Warunki organizacyjne: W celu osiągnięcia maksymalizacji efektów szkolenia, grupa uczestników powinna wynosić minimum 3 osoby. Zajęcia są prowadzone w 1 sali, w 1 grupie (z możliwością podziału na mniejsze grupki podczas ćwiczeń/scenek). Każdy z uczestników otrzymuje indywidualne materiały i stanowisko przy biurku/stole.

Szkolenie trwa 60 godzin dydaktycznych (6 dni). Maksymalna ilość osób w grupie wynosi 15. Realizacja zadań i ćwiczeń będzie przeprowadzona w taki sposób, aby stopniowo narastał ich stopień trudności, ale ich realizacja była w zasięgu możliwości uczestników. Szkolenie przewiduje pracę całej grupy, jak również w podziale na grupy.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 22

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 22 Wprowadzenie do marketingu Klient - potrzeby, popyt, produkt, jakość, zadowolenie klienta pytanie czy znak swoje klienta?	Anna Nitkiewicz-Jankowska	06-05-2024	08:00	10:00	02:00
2 z 22 Rodzaje marketing np.: business-to-consumer (B2C), business-to-business (B2B), marketing mix, nowoczesny marketing cyfrowy	Anna Nitkiewicz-Jankowska	06-05-2024	10:00	12:00	02:00
3 z 22 Przerwa	Anna Nitkiewicz-Jankowska	06-05-2024	12:00	12:15	00:15
4 z 22 Funkcje marketingu, marketingowe mity	Anna Nitkiewicz-Jankowska	06-05-2024	12:15	14:00	01:45
5 z 22 Trójkąt strategiczny w marketingu - preferencje, koszty, realizacja (proces marketingowy), racja bytu (rynki i grupy docelowe)	Anna Nitkiewicz-Jankowska	06-05-2024	14:00	16:00	02:00
6 z 22 Badania marketingowe i ich rola we współczesnym marketingu; Czynniki wpływające na marketingi i sprzedaż	Anna Nitkiewicz-Jankowska	07-05-2024	08:00	11:00	03:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
7 z 22 Analiza SWOT	Anna Nitkiewicz-Jankowska	07-05-2024	11:00	12:00	01:00
8 z 22 Przerwa	Anna Nitkiewicz-Jankowska	07-05-2024	12:00	12:15	00:15
9 z 22 Strategia: czym jest strategia?, ideał marketingowy, zasady sukcesu rynkowego, strategiczne jednostki biznesowe i rynki docelowe, decyzje strategiczne, pozycjonowanie strategiczne	Anna Nitkiewicz-Jankowska	07-05-2024	12:15	16:00	03:45
10 z 22 Marketing-mix - narzędzia marketingowe	Anna Nitkiewicz-Jankowska	14-05-2024	08:00	12:00	04:00
11 z 22 Przerwa	Anna Nitkiewicz-Jankowska	14-05-2024	12:00	12:15	00:15
12 z 22 Polityka produktowa, polityka cenowa, polityka dystrybucyjna, polityka komunikacyjna	Anna Nitkiewicz-Jankowska	14-05-2024	12:15	16:00	03:45
13 z 22 Media społecznościowe w marketingu-mix - rodzaje i strategie	Anna Nitkiewicz-Jankowska	15-05-2024	08:00	12:00	04:00
14 z 22 Profil klienta	Anna Nitkiewicz-Jankowska	15-05-2024	08:00	12:00	04:00
15 z 22 Przerwa	Anna Nitkiewicz-Jankowska	15-05-2024	12:00	12:15	00:15
16 z 22 Wskaźniki efektywności działań marketingowych	Anna Nitkiewicz-Jankowska	15-05-2024	12:15	16:00	03:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
17 z 22 Przerwa	Anna Nitkiewicz-Jankowska	20-05-2024	12:00	12:15	00:15
18 z 22 Metody i narzędzia angażowania klienta	Anna Nitkiewicz-Jankowska	20-05-2024	12:15	16:00	03:45
19 z 22 Kreowanie wartości, personalizacja produktów jako narzędzia marketingowe	Anna Nitkiewicz-Jankowska	21-05-2024	08:00	10:00	02:00
20 z 22 Zasady skutecznej komunikacji	Anna Nitkiewicz-Jankowska	21-05-2024	10:00	12:00	02:00
21 z 22 Przerwa	Anna Nitkiewicz-Jankowska	21-05-2024	12:00	12:15	00:15
22 z 22 Test końcowy	-	21-05-2024	12:15	13:00	00:45

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt usługi brutto	9 444,00 PLN
Koszt usługi netto	9 444,00 PLN
Koszt godziny brutto	157,40 PLN
Koszt godziny netto	157,40 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1

1 z 1



Anna Nitkiewicz-Jankowska

Specjalizuje się w szkoleniach, warsztatach, konsultacjach i pracy własnej z klientem z zakresu: Budowania strategii marki osobistej i/lub marki firmy, Pewności siebie, Asertywności, Zarządzania sobą i zmianą, Planowania, Strategii pracy ze stresem i innymi emocjami, Komunikacji, Negocjacji, Budowania zespołów, Techniki NLP, Technika Transformacji, Poziomów wartości, Poziomów świadomości. Opracowała własne modele i metodologie, programy działań i strategie, wykorzystując: poziomy świadomości i technikę uwalniania dr. Davida R. Hawkinsa, koncepcję Spiral Dynamics Becka i Cowana, poziomy wartości Clare W. Graves'a, Talent Dynamics oraz techniki NLP. Doświadczenia zawodowe zdobywała od 1998 roku między innymi na stanowisku nauczyciela akademickiego na kilku uczelniach (UŚ, GWSH w Katowicach, WST-H p.k. w Nysie, AWF w Krakowie, WSBiznesu w Dąbrowie Górniczej) oraz prowadząc własną działalność gospodarczą w zakresie szkoleń i doradztwa. Posiada znajomość nowoczesnych technologii i narzędzi IT do rozwiązań zdalnego prowadzenia biznesu. Szkoli również ze świadczenia usług zdalnych z wykorzystaniem nowych technologii. Trener prowadzący zajęcia ma co najmniej 120 godzinne doświadczenie w prowadzeniu szkoleń o podobnej tematyce dla osób dorosłych w ostatnich dwóch latach (24 miesiącach) wstecz od dnia rozpoczęcia szkolenia

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnikom zostaną przekazane materiały dydaktyczne w postaci prezentacji powerpoint, materiały przygotowane przez trenera, ankiety, testy.

Warunki uczestnictwa

Uczestnicy w trakcie każdego dnia szkoleniowego trwającego więcej niż 4 godziny mają prawo do co najmniej 1 przerwy, trwającej co najmniej 15 minut.

Po zakończeniu udziału w usłudze rozwojowej, uczestnik otrzymuje odpowiednie zaświadczenie o jej ukończeniu.

Warunkiem uzyskania zaświadczenia jest uczestnictwo w co najmniej 80% zajęć usługi rozwojowej oraz zaliczenie zajęć w formie testu.

1 godzina rozliczeniowa = 45 minut dydaktycznych.

Informacje dodatkowe

Zajęcia trwać będą 60 godzin dydaktycznych czyli 45 godzin zegarowych.

Zwolnienie z VAT na podstawie § 3 ust. 1 pkt 14 Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20 grudnia 2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień (tekst jednolity Dz.U. z 2020r., poz. 1983)

Adres

ul. Błomska 52
26-015 Pierzchnica
woj. świętokrzyskie

Kontakt



Piotr Sułkowski

E-mail psulkowski@gmail.com

Telefon (+48) 500 026 554