



Marketing i sprzedaż w gospodarce cyfrowej - szkolenie online

Numer usługi 2024/04/02/141394/2110979

9 600,00 PLN brutto

9 600,00 PLN netto

150,00 PLN brutto/h

150,00 PLN netto/h

CENTRUM
ROZWOJU
PRZEDSIĘBIORCZO
ŚCI PATRYK
TROJAN



📍 zdalna w czasie rzeczywistym

👤 Usługa szkoleniowa

🕒 64 h

📅 22.07.2024 do 31.07.2024

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Sposób dofinansowania	wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Właściciele i współwłaściciele zarządzający MMŚP, kadra menadżerska oraz osoby pracujące przewidziane do objęcia stanowiska kierowniczego, które potrzebują kompleksowego utrwalenia i pogłębienia wiedzy w zakresie marketingu i sprzedaży w gospodarce cyfrowej.
Minimalna liczba uczestników	5
Maksymalna liczba uczestników	20
Data zakończenia rekrutacji	18-07-2024
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	64
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

Celem szkolenia jest kompleksowe utrwalenie i pozyskanie wiedzy w zakresie planowania i prowadzenia działań marketingowych i sprzedażowych w gospodarce cyfrowej. W procesie kształcenia podejmowane

są działania praktyczne mające na celu przygotowanie do samodzielnej pracy z wykorzystaniem odpowiednich strategii i narzędzi. Szkolenie w 80% skupia się na działaniach praktycznych, w 20% na teoretycznych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
	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. Charakteryzuje zasady działania marketing automation.	Test teoretyczny Test teoretyczny
	Charakteryzuje pojęcia nowoczesnego marketingu cyfrowego (np. real time marketing, mobile marketing, e-mail marketing, programmatic/RTB i inne).	Test teoretyczny
Wiedza w zakresie planowania i prowadzenia działań marketingowych i sprzedażowych w gospodarce cyfrowej.	Identyfikuje metody i narzędzia angażowania klientów w proces kreowania wartości i personalizacji produktów/ usług (np. konfiguratorzy produktów online).	Test teoretyczny
	Identyfikuje właściwe narzędzia marketingu internetowego do odpowiedniej sytuacji rynkowej i przyjętego modelu biznesowego.	Test teoretyczny
	Ocenia strategie e-marketingu w firmie.	Test teoretyczny
	Poprawnie interpretuje wskaźniki i ocenia efekty działań marketingu cyfrowego.	Test teoretyczny
	Planuje działania w oparciu o potrzeby klientów.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Komunikuje w sposób łatwy do zrozumienia. Przekonuje współpracowników i klientów do własnego zdania. Proponuje niestandardowe rozwiązania.	Obserwacja w warunkach symulowanych

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

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

Tak, dokument 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, potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria weryfikacji.

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

Tak, dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji.

Program

Ramowy program usługi:

Dzień 01:

Nowoczesny marketing internetowy - słownik pojęć

Dzień 02:

Marketing mix - czym jest oraz z jakich przykładowych narzędzi cyfrowych możesz skorzystać / Metody i narzędzia angażowania klientów w proces kreowania wartości personalizacji produktów/ usług / Marketing-automation

Dzień 03:

Strategia e-marketingu w firmie ze wskaźnikami efektywności - od podstaw po tworzenie koncepcji i jej ocenę / Planowanie działań w oparciu o potrzeby klientów - wybrane przykłady e-marketingu

Dzień 04:

Komunikacja z wykorzystaniem mediów społecznościowych i kampanii internetowych w odniesieniu do odpowiednich grup odbiorców

Dzień 05:

Narzędzia e-marketingu: przydatne narzędzia w odniesieniu do marketingu w mediach społecznościowych

Dzień 06:

Narzędzia e-marketingu: przydatne narzędzia w Search Engine Marketing

Dzień 07:

Interpretacja wyników, analiza i ocena efektów działań marketingu cyfrowego w oparciu o Google Analytics (od wdrożenia po umiejętne czytanie danych i definiowanie raportów)

Dzień 08:

Interpretacja wyników, analiza i ocena efektów działań marketingu cyfrowego w oparciu o FacebookAds (od planowania, przez testowanie, po analizę).

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 56

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 56 Dzień 01: Nowoczesny marketing internetowy - słownik pojęć	-	22-07-2024	08:00	10:15	02:15
2 z 56 Dzień 01: Przerwa 1	-	22-07-2024	10:15	10:45	00:30
3 z 56 Dzień 01: Nowoczesny marketing internetowy - słownik pojęć	-	22-07-2024	10:45	12:00	01:15
4 z 56 Dzień 1: Przerwa 2	-	22-07-2024	12:00	13:00	01:00
5 z 56 Dzień 01: Nowoczesny marketing internetowy - słownik pojęć	-	22-07-2024	13:00	14:00	01:00
6 z 56 Dzień 01: Przerwa 3	-	22-07-2024	14:00	14:30	00:30
7 z 56 Dzień 01: Nowoczesny marketing internetowy - słownik pojęć	-	22-07-2024	14:30	16:00	01:30
8 z 56 Dzień 02: Marketing mix - czym jest oraz z jakich przykładowych narzędzi cyfrowych możesz skorzystać	-	23-07-2024	08:00	10:15	02:15
9 z 56 Dzień 02 : Przerwa 1	-	23-07-2024	10:15	10:45	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
10 z 56 Dzień 02: Marketing mix - czym jest oraz z jakich przykładowych narzędzi cyfrowych możesz skorzystać	-	23-07-2024	10:45	12:00	01:15
11 z 56 Dzień 02: Przerwa 2	-	23-07-2024	12:00	13:00	01:00
12 z 56 Dzień 02: Marketing mix - czym jest oraz z jakich przykładowych narzędzi cyfrowych możesz skorzystać	-	23-07-2024	13:00	14:00	01:00
13 z 56 Dzień 02 : Przerwa 3	-	23-07-2024	14:00	14:30	00:30
14 z 56 Dzień 02: Marketing mix - czym jest oraz z jakich przykładowych narzędzi cyfrowych możesz skorzystać	-	23-07-2024	14:30	16:00	01:30
15 z 56 Dzień 03: Strategia e-marketingu w firmie ze wskaźnikami efektywności	-	24-07-2024	08:00	10:15	02:15
16 z 56 Dzień 3: Przerwa 1	-	24-07-2024	10:15	10:45	00:30
17 z 56 Dzień 03: Strategia e-marketingu w firmie ze wskaźnikami efektywności	-	24-07-2024	10:45	12:00	01:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
18 z 56 Dzień 03: Przerwa 2	-	24-07-2024	12:00	13:00	01:00
19 z 56 Dzień 03: Strategia e-marketingu w firmie ze wskaźnikami efektywności	-	24-07-2024	13:00	14:00	01:00
20 z 56 Dzień 03: Przerwa 3	-	24-07-2024	14:00	14:30	00:30
21 z 56 Dzień 03: Strategia e-marketingu w firmie ze wskaźnikami efektywności	-	24-07-2024	14:30	16:00	01:30
22 z 56 Dzień 04: Komunikacja z wykorzystaniem mediów społecznościowych	-	25-07-2024	08:00	10:15	02:15
23 z 56 Dzień 04: Przerwa 1	-	25-07-2024	10:15	10:45	00:30
24 z 56 Dzień 04: Komunikacja z wykorzystaniem mediów społecznościowych	-	25-07-2024	10:45	12:00	01:15
25 z 56 Dzień 04: Przerwa 2	-	25-07-2024	12:00	13:00	01:00
26 z 56 Dzień 4: Komunikacja z wykorzystaniem mediów społecznościowych	-	25-07-2024	13:00	14:00	01:00
27 z 56 Dzień 04: Przerwa 3	-	25-07-2024	14:00	14:30	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
28 z 56 Dzień 4: Komunikacja z wykorzystaniem mediów społecznościowych	-	25-07-2024	14:30	16:00	01:30
29 z 56 Dzień 05: Narzędzia e-marketingu: przydatne narzędzia w odniesieniu do marketingu w mediach społecznościowych	-	26-07-2024	08:00	10:15	02:15
30 z 56 Dzień 05: Przerwa 1	-	26-07-2024	10:15	10:45	00:30
31 z 56 Dzień 05: Narzędzia e-marketingu: przydatne narzędzia w odniesieniu do marketingu w mediach społecznościowych	-	26-07-2024	10:45	12:00	01:15
32 z 56 Dzień 05: Przerwa 2	-	26-07-2024	12:00	13:00	01:00
33 z 56 Dzień 05: Narzędzia e-marketingu: przydatne narzędzia w odniesieniu do marketingu w mediach społecznościowych	-	26-07-2024	13:00	14:00	01:00
34 z 56 Dzień 05: Przerwa 3	-	26-07-2024	14:00	14:30	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
35 z 56 Dzień 05: Narzędzia e-marketingu: przydatne narzędzia w odniesieniu do marketingu w mediach społecznościowych	-	26-07-2024	14:30	16:00	01:30
36 z 56 Dzień 06: Narzędzia e-marketingu: Przydatne narzędzia w Search Engine Marketingu	-	29-07-2024	08:00	10:15	02:15
37 z 56 Dzień 06: Przerwa 1	-	29-07-2024	10:15	10:45	00:30
38 z 56 Dzień 06: Narzędzia e-marketingu: Przydatne narzędzia w Search Engine Marketingu	-	29-07-2024	10:45	12:00	01:15
39 z 56 Dzień 06: Przerwa 2	-	29-07-2024	12:00	13:00	01:00
40 z 56 Dzień 06: Narzędzia e-marketingu: Przydatne narzędzia w Search Engine Marketingu	-	29-07-2024	13:00	14:00	01:00
41 z 56 Dzień 06: Przerwa 3	-	29-07-2024	14:00	14:30	00:30
42 z 56 Dzień 06: Narzędzia e-marketingu: Przydatne narzędzia w Search Engine Marketingu	-	29-07-2024	14:30	16:00	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
43 z 56 Dzień 07: Interpretacja wyników, analiza i ocena efektów działań marketingu cyfrowego w oparciu o Google Analytics	-	30-07-2024	08:00	10:15	02:15
44 z 56 Dzień 07: Przerwa 1	-	30-07-2024	10:15	10:45	00:30
45 z 56 Dzień 07: Interpretacja wyników, analiza i ocena efektów działań marketingu cyfrowego w oparciu o Google Analytics	-	30-07-2024	10:45	12:00	01:15
46 z 56 Dzień 07: Przerwa 2	-	30-07-2024	12:00	13:00	01:00
47 z 56 Dzień 07: Interpretacja wyników, analiza i ocena efektów działań marketingu cyfrowego w oparciu o Google Analytics	-	30-07-2024	13:00	14:00	01:00
48 z 56 Dzień 07: Przerwa 3	-	30-07-2024	14:00	14:30	00:30
49 z 56 Dzień 07: Interpretacja wyników, analiza i ocena efektów działań marketingu cyfrowego w oparciu o Google Analytics	-	30-07-2024	14:30	16:00	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
50 z 56 Dzień 08: Interpretacja wyników, analiza i ocena efektów działań marketingu cyfrowego	-	31-07-2024	08:00	10:15	02:15
51 z 56 Dzień 08: Przerwa 1	-	31-07-2024	10:15	10:45	00:30
52 z 56 Dzień 08: Interpretacja wyników, analiza i ocena efektów działań marketingu cyfrowego	-	31-07-2024	10:45	12:00	01:15
53 z 56 Dzień 08: Przerwa 2	-	31-07-2024	12:00	13:00	01:00
54 z 56 Dzień 08: Interpretacja wyników, analiza i ocena efektów działań marketingu cyfrowego	-	31-07-2024	13:00	14:00	01:00
55 z 56 Dzień 08: Przerwa 3	-	31-07-2024	14:00	14:30	00:30
56 z 56 Dzień 08: Walidacja w formie testu	-	31-07-2024	14:30	16:00	01:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	9 600,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	9 600,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	150,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 0

Brak wyników.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymają materiały szkoleniowe w plikach PDF, dotyczące omawianych aspektów szkolenia. Do korzystania z materiałów szkoleniowych/ powtórzeniowych wymagane jest oprogramowanie do obsługi plików PDF (np. Adobe Reader). Ponadto otrzymają informacje o wartościowych publikacjach, dotyczących realizowanego tematu szkolenia

Informacje dodatkowe

Po zakończeniu udziału w usłudze rozwojowej (szkoleniu lub doradztwie), uczestnik otrzymuje odpowiednie zaświadczenie/ certyfikat o jej ukończeniu oraz dokona oceny szkolenia w BUR.

Warunkiem uzyskania zaświadczenia/ certyfikatu jest uczestnictwo w co najmniej 80% zajęć usługi rozwojowej oraz zaliczenie zajęć np. w formie testu, jeśli taka forma zaliczenia zajęć została przewidziana.

Warunki techniczne

Komputer ze stabilnym i nieprzerwanym dostępem do Internetu

Mikrofon

Program Zoom do pobrania na stronie producenta: <https://zoom.us/download>

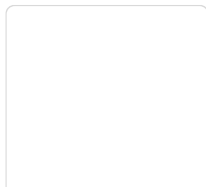
Wymagania łącza internetowego dla zajęć grupowych Zoom: ok. 800kbps / 1.0Mbps dla wysokiej jakości wideo W przypadku widoku galerii i / lub wideo HD 720p: ok. 1,5 Mb/s Odbieranie wideo HD 1080p wymaga ok. 2,5 Mb / s Przesyłanie wideo HD 1080p wymaga ok. 3,0 Mb / s Do korzystania z materiałów szkoleniowych/ powtórzeniowych wymagane jest oprogramowanie do obsługi plików PDF (np. Adobe Reader)

Link do pokoju spotkania ważny będzie przez cały okres trwania szkolenia

ID spotkania: 775 994 4982

Kod dostępu: 220224

Kontakt



Patryk Trojan

E-mail centrumrozwojupabianice@gmail.com

Telefon (+00) 533 719 307

