



FUNDACJA PTA



Social Media Specialist

Numer usługi 2024/04/04/48579/2113148

📍 Piotrków Trybunalski / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 108 h

📅 25.01.2025 do 23.03.2025

10 800,00 PLN brutto

10 800,00 PLN netto

100,00 PLN brutto/h

100,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Sposób dofinansowania	wsparcie dla osób indywidualnych
Grupa docelowa usługi	<p>Grupa docelowa usługi to:</p> <ul style="list-style-type: none">osoby fizyczne, osoby dorosłe, które ukończyły 18 rok życiaosoby, które uczą się, pracują lub zamieszkują terytorium wskazane w regulaminie projektu, do którego aplikuje Uczestnikosoby chcące z własnej inicjatywy podnieść/uzupełnić swoje umiejętności, kompetencje lub kwalifikacje
Minimalna liczba uczestników	5
Maksymalna liczba uczestników	30
Data zakończenia rekrutacji	23-01-2025
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	108
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 daje możliwość odpowiedniego dobierania kanałów social media dla marki, prowadzi do poznania podstaw tworzenia brand planu i strategii komunikacji i skutecznego wypromowania swojej firmy w Social Mediach. Usługa przygotowuje do tworzenia treści reklamowych, opracowanie kampanii reklamowej na Facebooku i Instagramie. Prowadzi do zdobycia wiedzy z zakresu prawa autorskiego, zagadnień dot. współpracy z influencerami. Daje możliwość zdobycia wiedzy z zakresu metod fotografii mobilnej.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Rozpoznaje podstawy i teoretyczne aspekty marketingu	Objaśnia analizę SWOT	Test teoretyczny
	Stosuje studia przypadków analizy SWOT w praktyce	Test teoretyczny
	Rozpoznaje kryteria segmentacji rynku	Test teoretyczny
Identyfikuje segmentację, targeting i pozycjonowanie	Stosuje techniki segmentacji rynku	Test teoretyczny
	Stosuje strategie targetingu i pozycjonowania produktu	Test teoretyczny
Objaśnia cele marketingowe	Opisuje cele marketingowe i i ich znaczenie	Test teoretyczny
	Rozpoznaje cele marketingowe, potrafi je powiązać z celami organizacji	Test teoretyczny
Rozpoznaje różne typy strategii marketingowych	Różnicuje strategie rynku i rozwoju produktu	Test teoretyczny
	Przedstawia analizę strategii penetracji rynku i rozwoju produktu	Test teoretyczny
Identyfikuje współczesne otoczenie gospodarcze	Rozpoznaje świat VUCA	Test teoretyczny
	Klasyfikuje kluczowe kompetencje, role i wyzwania SMS	Test teoretyczny
	Stosuje Mindset w pracy SMS	Test teoretyczny
Identyfikuje Buyer Person w marketingu internetowym	Opracowuje cechy charakterystyczne Buyer Person	Test teoretyczny
	Pokazuje korzyści wynikające z używania Buyer Person	Test teoretyczny
	Tłumaczy wybór najbardziej atrakcyjnych segmentów i Buyer Person dla firmy	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Wykorzystuje rolę Influencera w Social Mediach	Aranżuje współprace z Influencerami.	Test teoretyczny
	Wyciąga wnioski z influencer marketingu na budowanie marki i zasięg w mediach społecznościowych.	Test teoretyczny
Objaśnia działania algorytmów Facebooka i Instagrama	Wyjaśnia zasady działania algorytmu Facebooka i Instagrama.	Test teoretyczny
Samodzielnie planuje prowadzenie skutecznych działań marketingowych w mediach społecznościowych	Planuje i realizuje działania marketingowe	Test teoretyczny
	Konfiguruje usługę Google Analytics zgodnie z potrzebami firmy dla usług internetowych i aplikacji mobilnych	Test teoretyczny
Posługuje się wiedzą z zakresu fotografii mobilnej	Stosuje aplikacje do edycji zdjęć	Test teoretyczny
	Objaśnia czym jest kompozycja i kadr w Fotografii Mobilnej	Test teoretyczny
	Posługuje się Światłem w Fotografii Mobilnej	Test teoretyczny
Planuje proces implementacji strategii marketingowej	Stosuje zasady tworzenia i korzystania z profilu firmowego na Facebook	Test teoretyczny
	Wykorzystuje transmisję na żywo w strategii marketingowej	Test teoretyczny
	Stosuje kreatywne treści na Instagramie	Test teoretyczny
Objaśnia kreowanie kampanii reklamowej na Instagramie	Optymalizuje reklamy i analizuje wyniki	Test teoretyczny
Posługuje się wiedzą dotyczącą innych platform SM	Tworzy kanały na YouTube	Test teoretyczny
	Kreuje treści video na YouTube i TikToku	Test teoretyczny
Kreuje wartościowe treści w różnych kanałach SM	Buduje zaangażowanie i lojalności odbiorców	Test teoretyczny

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

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

Zaświadczenie wydawane dla uczestnika 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?

Dokument 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?

Dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji.

Program

Podstawy i teoretyczne aspekty marketingu

- Wprowadzenie
- Analiza SWOT
 - Wprowadzenie do analizy SWOT: definicja, cel i korzyści.
 - Praktyczne techniki przeprowadzania analizy SWOT.
 - Studia przypadków analizy SWOT w praktyce.
 - Ćwiczenia praktyczne: przeprowadzanie analizy SWOT dla wybranej firmy.

Segmentacja, Targeting, Pozycjonowanie (STP)

- Omówienie segmentacji rynku: kryteria i techniki.
- Strategie targetingu: identyfikacja i dotarcie do grup docelowych.
- Pozycjonowanie produktu: różne podejścia i praktyczne wskazówki.
- Analiza przypadków zastosowania STP w marketingu.

Określenie celów marketingowych

- Definicja celów marketingowych i ich znaczenie.
- Techniki formułowania celów SMART.
- Hierarchia celów marketingowych i ich powiązanie z celami organizacji.
- Praktyczne ćwiczenia: formułowanie celów marketingowych dla różnych scenariuszy.

Strategia marketingowa

- Wybór strategii marketingowej
 - Przegląd różnych typów strategii marketingowych.
 - Analiza strategii penetracji rynku i rozwoju produktu.
 - Rozważanie strategii rozwoju rynku i dywersyfikacji.
 - Dyskusja na temat wyboru odpowiedniej strategii dla konkretnych sytuacji biznesowych.

Marketing a biznes - trening managerski

- Świat VUCA - współczesne otoczenie gospodarcze
- Social Media Specialist - kluczowe kompetencje, role i wyzwania.
- Czego biznes oczekuje od marketingu?
- SMS = manager. Trening podstawowych kompetencji managerskich
- wyznaczenie i realizacja celów
- - planowanie działań
- - kontrola działań
- - zarządzanie sobą w czasie
- - zarządzanie zmianą

- Marka osobista w Social Media i jej rola w budowaniu własnego biznesu
- Mindset w pracy SMM.
- Podsumowanie dnia szkoleniowego.

Social Media marketing - persona / grupa docelowa etc

- Wprowadzenie do Buyer Person
 - Definicja i znaczenie buyer person w marketingu internetowym.
 - Korzyści wynikające z używania buyer person.
 - Przykłady skutecznego wykorzystania buyer person.
- Tworzenie Buyer Person
 - Badanie rynku i zbieranie danych demograficznych oraz behawioralnych.
 - Techniki analityczne do zrozumienia potrzeb i motywacji klientów.
 - Opracowanie buyer person: persona template, wizualizacja, opis cech charakterystycznych.
- Segregacja i Grupowanie Buyer Person
 - Segmentacja rynku na podstawie buyer person.
 - Wybór najbardziej atrakcyjnych segmentów i buyer person dla firmy.
- Wykorzystywanie Buyer Person w Marketingu Internetowym
 - Personalizacja treści i komunikacji marketingowej.
 - Dopasowanie kanałów i sposobów komunikacji do potrzeb buyer person.
 - Monitorowanie i analiza efektywności działań z uwzględnieniem danych z buyer person.
 - Zakończenie, podsumowanie i dyskusja.

Fotografia mobilna

Podstawy Fotografii Mobilnej

- Wprowadzenie do Fotografii Mobilnej
- Kompozycja i Kadr w Fotografii Mobilnej
- Zrozumienie Światła w Fotografii Mobilnej
- Fotografowanie w Praktyce
- Podsumowanie Dnia i Przygotowanie do Drugiego Dnia

Fotografia mobilna

Zaawansowane Techniki Fotografii Mobilnej

- Edycja Zdjęć na Telefonie Komórkowym
- Fotografia Portretowa i Selfie
- Kreatywne Efekty i Praktyka na Zewnątrz
- Korzystanie z aplikacji do edycji.
- Praktyczne retusze.
- Techniki fotografii portretowej.
- Sztuka robienia udanych selfie.
- Podsumowanie Prac i Wymiana Doświadczeń
- Zakończenie, Pytania i Wręczenie Certyfikatów

Facebook

- Wprowadzenie do Facebooka
 - Historia i znaczenie Facebooka w marketingu.
 - Tworzenie konta i profilu firmowego.
 - Podstawowe funkcje Facebooka: publikowanie postów, zarządzanie stroną, interakcja z użytkownikami.
- Reklamy na Facebooku
 - Podstawy reklamowania na Facebooku.
 - Kreowanie kampanii reklamowej.
 - Analiza wyników reklam.
- Facebook Live i Grupy
 - Wykorzystanie transmisji na żywo w strategii marketingowej.
- Warsztaty praktyczne
 - Tworzenie i zarządzanie grupami na Facebooku

- Praktyczne ćwiczenia z tworzenia postów, zarządzania reklamami i interakcji z użytkownikami.

Instagram

- Podstawy Instagrama:
 - Rejestracja i ustawienia profilu.
 - Publikowanie postów i stories.
 - Wykorzystanie hashtagów i geolokalizacji.
- Instagram Ads:
 - Kreowanie kampanii reklamowej na Instagramie.
 - Optymalizacja reklam i analiza wyników.
- Instagram Stories i Reels:
 - Tworzenie kreatywnych treści w stories.
 - Wykorzystanie reels w strategii marketingowej.
- Warsztaty praktyczne:
 - Praktyczne ćwiczenia z publikowania postów, stories i tworzenia reklam na Instagramie.

Inne platformy SM

- YouTube dla marketerów:
 - Tworzenie kanału na YouTube.
 - Kreowanie treści wideo i optymalizacja SEO.
- Reklamy na YouTube:
 - Kreowanie kampanii reklamowej na YouTube.
 - Analiza wyników reklam wideo.
- TikTok dla marketerów:
 - Wprowadzenie do TikToka i jego roli w marketingu.
 - Kreowanie kreatywnych treści na TikToka.
- Warsztaty praktyczne:
 - Praktyczne ćwiczenia z tworzenia treści wideo na YouTube i TikToku oraz kreowania reklam na tych platformach.

Marka osobista

- Budowanie marki osobistej w Social Media
 - Tworzenie strategii marki osobistej:
 - Definiowanie celów i wartości marki osobistej.
 - Budowanie spójnej obecności na różnych platformach.
- Kreowanie wartościowej treści:
 - Strategie tworzenia treści na social media.
 - Budowanie zaangażowania i lojalności odbiorców.
- Budowanie relacji z audiencją:
 - Interakcja z użytkownikami i budowanie zaufania.
 - Zarządzanie reputacją online.
- Warsztaty praktyczne:
 - Praktyczne ćwiczenia z budowania marki osobistej, tworzenia wartościowej treści i interakcji z użytkownikami na różnych platformach social media.

Implementacja i kontrola

- Planowanie procesu implementacji strategii marketingowej.
- Zarządzanie zasobami w czasie implementacji.
- Narzędzia monitorowania i kontroli skuteczności działań marketingowych.
- Studia przypadków skutecznej implementacji strategii marketingowej.
- Podsumowanie szkolenia
- Egzamin i certyfikacja

Zajęcia prowadzone w ramach szkolenia będą realizowane metodami interaktywnymi i aktywizującymi jako metody umożliwiające uczenie się w oparciu o doświadczenie pozwalające uczestnikom na ćwiczenie umiejętności. Szkolenie składa się z części zarówno teoretycznej 48h jak i praktycznej oraz case study 60h.

Usługa jest realizowana w godzinach zegarowych, a przerwy są wliczone w czas trwania usługi.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 94

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 94 Analiza SWOT - część teoretyczna	Tomasz Borczyk	25-01-2025	09:00	11:00	02:00
2 z 94 Przerwa	Tomasz Borczyk	25-01-2025	11:00	11:15	00:15
3 z 94 Analiza SWOT - część teoretyczna	Tomasz Borczyk	25-01-2025	11:15	13:30	02:15
4 z 94 Przerwa	Tomasz Borczyk	25-01-2025	13:30	14:00	00:30
5 z 94 Ćwiczenia praktyczne: przeprowadzanie analizy SWOT dla wybranej firmy cz. I	Tomasz Borczyk	25-01-2025	14:00	15:45	01:45
6 z 94 Przerwa	Tomasz Borczyk	25-01-2025	15:45	16:00	00:15
7 z 94 Ćwiczenia praktyczne: przeprowadzanie analizy SWOT dla wybranej firmy cz. II	Tomasz Borczyk	25-01-2025	16:00	17:00	01:00
8 z 94 Segmentacja, Targeting, Pozycjonowanie (STP) cz. I	Tomasz Borczyk	26-01-2025	09:00	11:00	02:00
9 z 94 Przerwa	Tomasz Borczyk	26-01-2025	11:00	11:15	00:15
10 z 94 Segmentacja, Targeting, Pozycjonowanie (STP) cz. I	Tomasz Borczyk	26-01-2025	11:15	13:30	02:15
11 z 94 Przerwa	Tomasz Borczyk	26-01-2025	13:30	14:00	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
12 z 94 Segmentacja, Targeting, Pozycjonowanie (STP) cz. II	Tomasz Borczyk	26-01-2025	14:00	15:45	01:45
13 z 94 Przerwa	Tomasz Borczyk	26-01-2025	15:45	16:00	00:15
14 z 94 Segmentacja, Targeting, Pozycjonowanie (STP) cz. II	Tomasz Borczyk	26-01-2025	16:00	17:00	01:00
15 z 94 Definicja celów marketingowych i ich znaczenie.	Tomasz Borczyk	01-02-2025	09:00	11:00	02:00
16 z 94 Przerwa	Tomasz Borczyk	01-02-2025	11:00	11:15	00:15
17 z 94 Techniki formułowania celów SMART.	Tomasz Borczyk	01-02-2025	11:15	13:30	02:15
18 z 94 Przerwa	Tomasz Borczyk	01-02-2025	13:30	14:00	00:30
19 z 94 Hierarchia celów marketingowych i ich powiązanie z celami organizacji.	Tomasz Borczyk	01-02-2025	14:00	15:45	01:45
20 z 94 Przerwa	Tomasz Borczyk	01-02-2025	15:45	16:00	00:15
21 z 94 Praktyczne ćwiczenia: formułowanie celów marketingowych dla różnych scenariuszy	Tomasz Borczyk	01-02-2025	16:00	17:00	01:00
22 z 94 Marketing a biznes - trening managerski - cz. I	Mateusz Stypułkowski	02-02-2025	09:00	11:00	02:00
23 z 94 Przerwa	Mateusz Stypułkowski	02-02-2025	11:00	11:15	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
24 z 94 Marketing a biznes - trening managerski - cz. I	Mateusz Stypułkowski	02-02-2025	11:15	13:30	02:15
25 z 94 Przerwa	Mateusz Stypułkowski	02-02-2025	13:30	14:00	00:30
26 z 94 Marketing a biznes - trening managerski - cz. II	Mateusz Stypułkowski	02-02-2025	14:00	15:45	01:45
27 z 94 Przerwa	Mateusz Stypułkowski	02-02-2025	15:45	16:00	00:15
28 z 94 Marketing a biznes - trening managerski - cz. II	Mateusz Stypułkowski	02-02-2025	16:00	17:00	01:00
29 z 94 Wybór strategii marketingowej Przegląd różnych typów strategii marketingowych. Analiza strategii penetracji rynku i rozwoju produktu.	Tomasz Borczyk	08-02-2025	09:00	11:00	02:00
30 z 94 Przerwa	Tomasz Borczyk	08-02-2025	11:00	11:15	00:15
31 z 94 Wybór strategii marketingowej Przegląd różnych typów strategii marketingowych. Analiza strategii penetracji rynku i rozwoju produktu.	Tomasz Borczyk	08-02-2025	11:15	13:30	02:15
32 z 94 Przerwa	Tomasz Borczyk	08-02-2025	13:30	14:00	00:30
33 z 94 Rozważanie strategii rozwoju rynku i dywersyfikacji	Tomasz Borczyk	08-02-2025	14:00	15:45	01:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
34 z 94 Przerwa	Tomasz Borczyk	08-02-2025	15:45	16:00	00:15
35 z 94 Dyskusja na temat wyboru odpowiedniej strategii dla konkretnych sytuacji biznesowych.	Tomasz Borczyk	08-02-2025	16:00	17:00	01:00
36 z 94 Social Media marketing -Wprowadzenie do Buyer Person	Tomasz Borczyk	09-02-2025	09:00	11:00	02:00
37 z 94 Przerwa	Tomasz Borczyk	09-02-2025	11:00	11:15	00:15
38 z 94 Tworzenie Buyer Person	Tomasz Borczyk	09-02-2025	11:15	13:30	02:15
39 z 94 Przerwa	Tomasz Borczyk	09-02-2025	13:30	14:00	00:30
40 z 94 Segregacja i Grupowanie Buyer Person	Tomasz Borczyk	09-02-2025	14:00	15:45	01:45
41 z 94 Przerwa	Tomasz Borczyk	09-02-2025	15:45	16:00	00:15
42 z 94 Wykorzystywanie Buyer Person w Marketingu Internetowym	Tomasz Borczyk	09-02-2025	16:00	17:00	01:00
43 z 94 Wprowadzenie do Fotografii Mobilnej	Tomasz Borczyk	15-02-2025	09:00	11:00	02:00
44 z 94 Przerwa	Tomasz Borczyk	15-02-2025	11:00	11:15	00:15
45 z 94 Kompozycja i Kadr w Fotografii Mobilnej	Tomasz Borczyk	15-02-2025	11:15	13:30	02:15
46 z 94 Przerwa	Tomasz Borczyk	15-02-2025	13:30	14:00	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
47 z 94 Zrozumienie Światła w Fotografii Mobilnej	Tomasz Borczyk	15-02-2025	14:00	15:45	01:45
48 z 94 Przerwa	Tomasz Borczyk	15-02-2025	15:45	16:00	00:15
49 z 94 Fotografowanie w Praktyce	Tomasz Borczyk	15-02-2025	16:00	17:00	01:00
50 z 94 Edycja Zdjęć na Telefonie Komórkowym	Tomasz Borczyk	16-02-2025	09:00	11:00	02:00
51 z 94 Przerwa	Tomasz Borczyk	16-02-2025	11:00	11:15	00:15
52 z 94 Fotografia Portretowa i Selfie	Tomasz Borczyk	16-02-2025	11:15	13:30	02:15
53 z 94 Przerwa	Tomasz Borczyk	16-02-2025	13:30	14:00	00:30
54 z 94 Kreatywne Efekty i Praktyka na Zewnątrz	Tomasz Borczyk	16-02-2025	14:00	15:45	01:45
55 z 94 Przerwa	Tomasz Borczyk	16-02-2025	15:45	16:00	00:15
56 z 94 Edycja Zdjęć i Przygotowanie Portfolio	Tomasz Borczyk	16-02-2025	16:00	17:00	01:00
57 z 94 Facebook cz. I - Wprowadzenie do Facebooka	Tomasz Borczyk	08-03-2025	09:00	11:00	02:00
58 z 94 Przerwa	Tomasz Borczyk	08-03-2025	11:00	11:15	00:15
59 z 94 Facebook cz. II - Reklamy na Facebooku	Tomasz Borczyk	08-03-2025	11:15	13:30	02:15
60 z 94 Przerwa	Tomasz Borczyk	08-03-2025	13:30	14:00	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
61 z 94 Facebook cz. III - Facebook Live i Grupy	Tomasz Borczyk	08-03-2025	14:00	15:45	01:45
62 z 94 Przerwa	Tomasz Borczyk	08-03-2025	15:45	16:00	00:15
63 z 94 Warsztaty praktyczne	Tomasz Borczyk	08-03-2025	16:00	17:00	01:00
64 z 94 Instagram cz. I - Podstawy Instagrama	Tomasz Borczyk	09-03-2025	09:00	11:00	02:00
65 z 94 Przerwa	Tomasz Borczyk	09-03-2025	11:15	11:30	00:15
66 z 94 Instagram cz. II - Instagram Ads	Tomasz Borczyk	09-03-2025	11:15	13:30	02:15
67 z 94 Przerwa	Tomasz Borczyk	09-03-2025	13:30	14:00	00:30
68 z 94 Instagram Stories i Reels	Tomasz Borczyk	09-03-2025	14:00	15:45	01:45
69 z 94 Przerwa	Tomasz Borczyk	09-03-2025	15:45	16:00	00:15
70 z 94 Warsztaty praktyczne	Tomasz Borczyk	09-03-2025	16:00	17:00	01:00
71 z 94 Inne platformy SM cz. I - YouTube dla marketerów	Tomasz Borczyk	15-03-2025	09:00	11:00	02:00
72 z 94 Przerwa	Tomasz Borczyk	15-03-2025	11:00	11:15	00:15
73 z 94 Inne platformy SM cz. II - Reklamy na YouTube	Tomasz Borczyk	15-03-2025	11:15	13:30	02:15
74 z 94 Przerwa	Tomasz Borczyk	15-03-2025	13:30	14:00	00:30
75 z 94 TikTok dla marketerów	Tomasz Borczyk	15-03-2025	14:00	15:45	01:45
76 z 94 Przerwa	Tomasz Borczyk	15-03-2025	15:45	16:00	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
77 z 94 Warsztaty praktyczne	Tomasz Borczyk	15-03-2025	16:00	17:00	01:00
78 z 94 Marka osobista cz. I - Tworzenie strategii marki osobistej	Tomasz Borczyk	16-03-2025	09:00	11:00	02:00
79 z 94 Przerwa	Tomasz Borczyk	16-03-2025	11:00	11:15	00:15
80 z 94 Marka osobista cz. II - Kreowanie wartościowej treści	Tomasz Borczyk	16-03-2025	11:15	13:30	02:15
81 z 94 Przerwa	Tomasz Borczyk	16-03-2025	13:30	14:00	00:30
82 z 94 Budowanie relacji z audiencją	Tomasz Borczyk	16-03-2025	14:00	15:45	01:45
83 z 94 Przerwa	Tomasz Borczyk	16-03-2025	15:45	16:00	00:15
84 z 94 Warsztaty praktyczne	Tomasz Borczyk	16-03-2025	16:00	17:00	01:00
85 z 94 Implementacja i kontrola • Planowanie procesu implementacji strategii marketingowej • Zarządzanie zasobami w czasie implementacji	Tomasz Borczyk	22-03-2025	09:00	11:00	02:00
86 z 94 Przerwa	Tomasz Borczyk	22-03-2025	11:00	11:15	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
87 z 94 Implementacja i kontrola • Planowanie procesu implementacji strategii marketingowej • Zarządzanie zasobami w czasie implementacji	Tomasz Borczyk	22-03-2025	11:15	13:30	02:15
88 z 94 Przerwa	Tomasz Borczyk	22-03-2025	13:30	14:00	00:30
89 z 94 Narzędzia monitorowania i kontroli skuteczności działań marketingowych. • Studia przypadków skutecznej implementacji strategii marketingowej	Tomasz Borczyk	22-03-2025	14:00	15:45	01:45
90 z 94 Przerwa	Tomasz Borczyk	22-03-2025	15:45	16:00	00:15
91 z 94 Narzędzia monitorowania i kontroli skuteczności działań marketingowych. • Studia przypadków skutecznej implementacji strategii marketingowej	Tomasz Borczyk	22-03-2025	16:00	17:00	01:00
92 z 94 Podsumowanie	Tomasz Borczyk	23-03-2025	09:00	11:45	02:45
93 z 94 Przerwa	Tomasz Borczyk	23-03-2025	11:45	12:00	00:15
94 z 94 Walidacja	-	23-03-2025	12:00	13:00	01:00

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	10 800,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	10 800,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	100,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	100,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 2



1 z 2

Tomasz Borczyk

tomasz.borczyk@webemo.pl

Specjalista ds. marketingu, doradca biznesowym oraz konsultant z pięcioletnim doświadczeniem w branży. Pracę zaczynał od prowadzenia profili społecznościowych dla różnych firm, a obecnie skupia się głównie na prowadzeniu działań reklamowych na platformach Facebook, Instagram oraz Google. Umiejętności i wiedza pozwalają mu na skuteczne projektowanie strategii marketingowych, optymalizację kampanii reklamowych oraz analizę wyników, co przekłada się na wzrost sprzedaży oraz zadowolenie klientów.

Co najmniej 120 godzinne doświadczenie trenera w prowadzeniu szkoleń o podobnej tematyce, w ostatnich 24 miesiącach od dnia rozpoczęcia usługi dla osób dorosłych.



2 z 2

Mateusz Stypułkowski

mateusz@stypulkowski.biz

Obszar specjalizacji: Zarządzanie organizacją w tym (konceptje i modele zarządzania), zarządzanie projektami, osobista efektywność, przywództwo, filozofia kaizen, koncepcja Agile, sprzedaż b2B, marketing. Doświadczenie zawodowe: Doradca biznesowy, trener, konsultant, przedsiębiorca, prowadzący firmy zatrudniające blisko 100 osób. Manager z wieloletnim doświadczeniem w pracy zarówno w korporacji jak i w lokalnym biznesie. Twórca autorskiego podcastu o tematyce biznesowo sportowej. Doświadczenie w świadczeniu tego typu usług: Szkoleniowiec z wieloletnim doświadczeniem, trener umiejętności miękkich i twardych kompetencji biznesowych. Przeprowadził kilkanaście projektów doradczych dla firm w sytuacjach kryzysowych, gdzie potrzebna była restrukturyzacja organizacji lub transfer online. Wykształcenie: Wyższe – kierunkowe. Uczestnik szkoleń i treningów z zakresu zarządzania, budowania marki osobistej skutecznego marketingu i sprzedaży. Absolwent Uniwersytetu Łódzkiego. Uczestnik wielu szkoleń, konferencji, kongresów biznesowych. Co najmniej 120 godzinne doświadczenie trenera w prowadzeniu szkoleń o podobnej tematyce, w ostatnich 24 miesiącach od dnia rozpoczęcia usługi dla osób dorosłych.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Szkolenie prowadzone na podstawie prezentacji trenera. Uczestnik otrzymuje:

- szablon analizy marketingowej SWOT
- szablon techniki SMART
- prezentacja trenera

Warunki uczestnictwa

Warunkiem ukończenia usługi jest obecność na minimum 80% ilości przewidzianych godzin zajęciowych.

Informacje dodatkowe

Walidacja efektów uczenia się uczestników usługi odbędzie się za pośrednictwem zestawu pytań testowych, zaprojektowanych przez osobę walidującą.

Na zakończenie szkolenia uczestnicy otrzymają od trenera prowadzącego usługę test. Po zakończeniu udzielania odpowiedzi przez uczestników trener zbierze arkusze testowe, a następnie przekaże je osobie walidującej.

Trener nie będzie ingerować w jakiegokolwiek formie w ocenę wyników testu ani w proces jego wypełniania.

Osoba walidująca dokona oceny i weryfikacji efektów uczenia się uczestników, następnie przekaże efekty walidacji.

Walidacja odbędzie się w miejscu realizacji usługi ul. Sulejowska 45, 97-300 Piotrków Trybunalski (TopFit Center).

Adres

ul. Sulejowska 45
97-300 Piotrków Trybunalski
woj. łódzkie

TOP FIT Center

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Aleksandra Szadkowska

E-mail aleksandra.sz@business-land.pl

Telefon (+48) 730 002 501