



Specjalista marketingu internetowego, e-commerce i social media - szkolenie kończące się egzaminem

Numer usługi 2024/05/13/115503/2148032

5 596,00 PLN brutto

5 596,00 PLN netto

151,24 PLN brutto/h

151,24 PLN netto/h

ALDEO SYSTEMY
ZARZĄDZANIA
SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚĆ
CIA



📍 Jarosław / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 37 h

📅 26.09.2024 do 29.09.2024

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Sposób dofinansowania	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	<p>Szkolenie adresowane jest do osób pracujących lub chcących pracować w urzędach, bankach, firmach ubezpieczeniowych, prawniczych, notarialnych, informatycznych i innych branżach o profilu handlowym i usługowym, na stanowiskach sekretarki/sekretarza, administracyjnych i operacyjnych.</p> <p>Szkolenie odpowiednie jest dla osób na każdym poziomie zaawansowania. Skierowane jest zarówno do osób posiadających podstawowe doświadczenie jak i osób bez doświadczenia zawodowego w przedmiocie szkolenia zainteresowanych tematyką szkolenia i chcących uzyskać kwalifikacje w tym zakresie.</p>
Minimalna liczba uczestników	7
Maksymalna liczba uczestników	15
Data zakończenia rekrutacji	25-09-2024
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	37
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

Usługa „Specjalista marketingu internetowego, e-commerce i social media - szkolenie kończące się egzaminem” przygotowuje do samodzielnego kreowania marki i/lub produktu za pośrednictwem narzędzi marketingu online.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Organizuje pracę na stanowisku Marketing Internetowy E-Commerce i Social Media, w tym omawia zasady BHP: obowiązki Pracodawcy i Pracownika, wymagania dotyczące pomieszczeń do pracy i czynników uciążliwych	<ul style="list-style-type: none">- wymienia zadania na stanowisku Pracownik E-Marketingu;- opisuje cechy i predyspozycje osoby zatrudnionej na tym stanowisku;- definiuje pojęcia: planowane, harmonogramowanie, zarządzanie projektami, analiza wyników, komunikacja z zespołem, rozwój kompetencji i określa ich znaczenie w organizacji pracy na ww. stanowisku- omawia zasady BHP: obowiązki Pracodawcy i Pracownika, wymagania dotyczące pomieszczeń do pracy i czynników uciążliwych	Test teoretyczny
Definiuje zagadnienia związane z przepływem informacji, omawia terminologię związaną z źródłami, nośnikami i rodzajami informacji	<ul style="list-style-type: none">- wymienia źródła informacji;- wymienia nośniki informacji, które są ważne dla promocji produktów lub usług firmy w Internecie	Test teoretyczny
Definiuje podstawowe pojęcia z zakresu marketingu i reklamy	<ul style="list-style-type: none">- definiuje podstawowe pojęcia m.in.: reklama, produkt, segmentacja rynku, badanie rynku, kampania reklamowa, konwersja, klient;- opisuje Marketing mix i Branding	Test teoretyczny
Wskazuje narzędzia promocji, rozróżnia jej formy i wyjaśnia znaczenie promocji dla przedsiębiorstwa	<ul style="list-style-type: none">- wyjaśnia znaczenie narzędzi promocji;- rozróżnia typy działań promocyjnych, np. promocja cenowa, sprzedaż osobista, PR (public relations) i promocja sprzedaży;- klasyfikuje narzędzia promocji	Test teoretyczny
Definiuje zasady Public relations, rozumie istotę i specyfikę Public Relations oraz wykorzystywanych w działaniu środków	<ul style="list-style-type: none">- definiuje Public Relations i wyjaśnia jego znaczenie;- definiuje pojęcie marki i marki produktu;- określa znaczenie budowania marki online;- wymienia kluczowe działania w budowaniu pozytywnego wizerunku marki i marki produktu	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Rozpoznania charakterystyczne cechy reklamy oraz jej rodzajów, z uwzględnieniem różnorodnych kryteriów klasyfikacji</p> <p>Omawia podstawowe założenia modelu AIDA oraz zasady ofensywnej reklamy</p>	<ul style="list-style-type: none"> - posługuje się podstawowymi pojęciami z zakresu reklamy; - wymienia usługi reklamowe i podaje ich cechy charakterystyczne; - charakteryzuje przekaz reklamowy - przedstawia koncepcję modelu AIDA; - wymienia etapy modelu; - omawia zasady tworzenia treści w modelu AIDA i korzyści wynikające z zastosowania modelu 	<p>Test teoretyczny</p> <p>Test teoretyczny</p>
<p>Omawia i stosuje działania relacyjne, sprzedażowe i wzmacniające materialne elementy wizerunku firmy</p>	<ul style="list-style-type: none"> - omawia i stosuje działania relacyjne i sprzedażowe, wyjaśnia ich znaczenie dla budowania wizerunku firmy; - omawia materialne elementy wizerunku np. logo i zasady jego użycia, papier firmowy, stopkę e-mailową, czcionki dozwolone w materiałach marketingowych kolory, grafikę dopuszczalną w materiałach drukowanych i na stronie internetowej, zdjęcia, wzory ofert, prezentacji, koperty, wizytówki, szatę materiałów marketingowych czy gadżetów, budynek, w którym mieści się siedziba przedsiębiorstwa, jego otoczeniu itp. 	<p>Test teoretyczny</p>
<p>Charakteryzuje założenia programu działań przedsiębiorstwa w zakresie promocji oraz opracowuje skuteczny plan takich działań</p>	<ul style="list-style-type: none"> - omawia i sporządza program działań przedsiębiorstwa w zakresie promocji definiując odbiorcę działań promocyjnych, cel promocji czyli promowany produkt/usługę/informację, formy i środki promocji; - ustala optymalny budżet 	<p>Test teoretyczny</p>
<p>Omawia formy promocji uzupełniającej oraz cele, cechy i rodzaje sponsoringu</p> <p>Rozumie specyfikę akwizycji oraz omawia jej podstawowe zasady</p>	<ul style="list-style-type: none"> - definiuje promocję uzupełniającą i wskazuje przykłady; - definiuje sponsoring; - wskazuje cele sponsoringu; - rozróżnia rodzaje sponsoringu - omawia akwizycję jako formę promocji, podaje jej cele i funkcje; - wymienia zasady stosowane w akwizycji 	<p>Test teoretyczny</p> <p>Test teoretyczny</p>

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Omawia zasady/ sposoby/ metody kreowania wizerunku firmy na stronach www i budowania wizerunku firmy w Internecie</p>	<ul style="list-style-type: none"> - omawia wykorzystanie stron internetowych do budowania wizerunku firmy w Internecie; - wyjaśnia znaczenie dbałości o obecność organizacji/ przedsiębiorstwa w portalach społecznościowych, takich jak Facebook, Instagram czy LinkedIn; - definiuje pozycjonowanie stron internetowych w wynikach wyszukiwania. SEO (Search Engine Optimization); - omawia znaczenie kreowanie wizerunku firmy w Internecie dla dzisiejszego biznesu 	<p>Test teoretyczny</p>

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Wskazuje i omawia narzędzia marketingu online	<ul style="list-style-type: none"> - omawia funkcje Fanpage'a; - dokonuje analizy profilu własnego; - wskazuje przykłady dobrych profili na Facebooku; - omawia cele marketingowe dla siebie i zespołu. - definiuje Content marketing (marketing treści); - planuje posty na Facebooku i określa metody pisania postów dopasowanych do grupy odbiorczej; - określa sposoby radzenia sobie z sytuacją kryzysową (negatywny komentarz, negatywna opinia, zapytanie techniczne, problem z zamówieniem, skarga itp.); - tworzy posty na FB, Instagram, LinkedIn i stronę www., reklamę itp. z wykorzystaniem programu Canva; - opisuje wykorzystanie Facebook Business Menedżer dla firmowych profili oraz Menedżera reklam; 	Test teoretyczny
	<ul style="list-style-type: none"> - rozróżnia formy reklamy cyfrowej w mediach, np. strona www, kampania online, użycie platform społecznościowych, urządzenia mobilne; - dobiera formy reklamy cyfrowej do treści przekazu; - opisuje specyfikę tworzenia przekazu dostosowanego do urządzeń mobilnych; - zamieszcza elementy przekazu reklamowego na witrynach internetowych, w tym na platformach społecznościowych; - zamieszcza elementy przekazu reklamowego w mediach społecznościowych; - opisuje sposoby budowania baz odbiorców, komunikacji e-mail; - opisuje sposoby segmentacji odbiorców e-mail 	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Omawia zasady SEO i narzędzia Google Analytics</p>	<ul style="list-style-type: none"> - definiuje proces SEO i określa jego znaczenie; - omawia czynniki, które wpływają na rangę witryny w wyszukiwarce; - omawia sposób korzystania i wymienia funkcje oferowane przez Google Analytics; - wskazuje zasady pisania tekstów przyjaznych wyszukiwarkom; - pisze teksty z wykorzystaniem słów kluczowych; - wskazuje metody wpływania na pozycję w Google; - omawia zasady poprawnego linkowania 	<p>Test teoretyczny</p>
<p>Tworzy materiały marketingowe</p>	<ul style="list-style-type: none"> - tworzy grafikę i wizualizacje - np. logo firmy, banery reklamowe, plakaty, infografiki; - tworzy Teksty reklamowe - np. opisy produktów, hasła reklamowe, artykuły na blogu firmy; - omawia wykorzystanie stron internetowych oraz materiałów wideo - np. filmy reklamowe, prezentacje produktów, filmy instruktażowe 	<p>Test teoretyczny</p>
<p>Posługuje się uporządkowaną wiedzą na temat sprzedaży internetowej</p>	<ul style="list-style-type: none"> - omawia sklep internetowy i podaje dobre praktyki - definiuje Customerjourney map - omawia Generowanie leadów – jak pozyskiwać kontakty handlowe w internecie - omawia Sprzedaż na zewnętrznych agregatorach sprzedaży i porównywarki cenowe 	<p>Test teoretyczny</p>
<p>Pozyskuje nowych klientów</p>	<ul style="list-style-type: none"> - omawia wykorzystanie social media do pozyskiwania klientów - definiuje content marketing (marketing treści czyli jak wzbudzić zainteresowanie konsumentów konkretnym produktem lub usługą) - omawia jak pozyskiwać klientów na FB poprzez Menedżer reklam - posługuje się uporządkowaną wiedzą w zakresie zwiększanie wizerunku na Instagramie i LinkedIn i budowanie sieci kontaktów i poszukiwani nowych klientów za ich pośrednictwem 	<p>Test teoretyczny</p>
<p>Współpracuje w zespole</p>	<ul style="list-style-type: none"> - organizuje pracę zespołową; - dzieli się pomysłami; - realizuje projekty i zadania z innymi uczestnikami zespołu 	<p>Test teoretyczny</p>

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Zarządza sobą w czasie i organizuje stanowisko swojej pracy	<ul style="list-style-type: none"> - omawia zasady planowania; - ustala cele i wyznacza priorytety; - tworzy listy zadań; - opisuje znaczenie eliminacji zakłóceń i porządku w organizacji stanowiska pracy; - opisuje wykorzystanie technologii w celu ułatwienia zarządzania czasem i organizacji stanowiska pracy 	Test teoretyczny

Kwalifikacje

Inne kwalifikacje

Uznane kwalifikacje

Pytanie 4. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kwalifikacji jest rozpoznawalny i uznawalny w danej branży/sektorze (czy certyfikat otrzymał pozytywne rekomendacje od co najmniej 5 pracodawców danej branży/ sektorów lub związku branżowego, zrzeszającego pracodawców danej branży/sektorów)?

Tak, certyfikat otrzymał pozytywne rekomendacje od co najmniej 5 pracodawców danej branży/ sektorów

Informacje

Podstawa prawna dla Podmiotów / kategorii Podmiotów	uprawnione do realizacji procesów walidacji i certyfikowania na mocy innych przepisów prawa
Nazwa/Kategoria Podmiotu prowadzącego walidację	ICVC CERTYFIKACJA SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ
Podmiot prowadzący walidację jest zarejestrowany w BUR	Nie
Nazwa/Kategoria Podmiotu certyfikującego	ICVC CERTYFIKACJA SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ
Podmiot certyfikujący jest zarejestrowany w BUR	Nie

Program

Ramowy program usługi:

1. Pracownik e-marketingu - wprowadzenie (w tym: Organizacja pracy na stanowisku Marketing Internetowy E-Commerce i Social Media, wiedza z zakresu BHP, terminologia związana z źródłami, nośnikami i rodzajami informacji, Podstawowe pojęcia z zakresu marketingu i reklamy,)

2. Reklama i Promocja (w tym: Narzędzia, formy i rola promocji dla przedsiębiorstwa, Kreowanie marki i marki produktu - Public relations, Reklama oraz jej rodzaje i kryteria klasyfikacji, Założenia modelu AIDA oraz zasady ofensywnej reklamy, Działania relacyjne, sprzedażowe i wzmacniające materialne elementy wizerunku firmy, Program działań przedsiębiorstwa w zakresie promocji – jak opracować skuteczny plan, Formy promocji uzupełniającej oraz cele, cechy i rodzaje sponsoring, Akwizycja - zasady)

3. Kreowanie wizerunku firmy na stronach www i budowanie wizerunku firmy w Internecie - wprowadzenie

4. Narzędzia marketingu online, social media i tworzenie materiałów marketingowych

5. Zasady SEO i narzędzia Google Analytics

6. E-commerce w praktyce. Jak sprzedawać w Internecie

7. Trening umiejętności interpersonalnych (w tym: Praca w zespole, Zarządzanie sobą w czasie i organizacja stanowiska pracy)

Szkolenie zaplanowano na 37 godz. szkoleniowych (1 godz. szkoleniowa = 45 min.)

Warunki organizacyjne realizacji szkolenia:

Zalecana minimalna liczba osób na szkoleniu: 7

Zalecana maksymalna liczba osób na szkoleniu: 15

Sala powinna zapewnić odpowiednią ilość miejsc siedzących. W sali powinny znajdować się stoły lub miejsca zawierające dołączone pulpity na których uczestnicy będą mogli zapisywać notatki.

Układ stołów: dowolny

Zajęcia powinny być prowadzone z wykorzystaniem zróżnicowanych form: indywidualnie i grupowo.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 0

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
Brak wyników.					

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 596,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 596,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	151,24 PLN
Koszt osobogodziny netto	151,24 PLN
W tym koszt walidacji brutto	270,00 PLN

W tym koszt walidacji netto	270,00 PLN
W tym koszt certyfikowania brutto	270,00 PLN
W tym koszt certyfikowania netto	270,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 0

Brak wyników.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnik szkolenia otrzyma materiały szkoleniowe z zakresu tematycznego poruszanego podczas szkolenia (np. skrypty).

Każda osoba, która ukończy szkolenie (min. 80% obecności na zajęciach) otrzyma zaświadczenie o ukończeniu szkolenia. Osobom, które zdadzą egzamin zewnątrz wydany zostanie przez zewnętrzną jednostkę egzaminującą i certyfikującą ICVC CERTYFIKACJA SP. Z O.O., **Certyfikat ICVC/MICS 20021.48 Marketing Internetowy E-Commerce i Social Media**, potwierdzający uzyskane kwalifikacje.

Szkolenie prowadzone jest w godz szkoleniowych/ dydaktycznych, tj. 1 godz. = 45 min.

Informacje dodatkowe

Procedura reklamacji usługi szkoleniowej

Reklamacje można zgłaszać do ALDEO Systemy Zarządzania Sp. z o.o. w formie pisemnej, listem poleconym na adres: ALDEO Systemy Zarządzania Sp. z o.o., ul. Partyzantów 1A, 35-242 Rzeszów lub mailem: biuro@aldeo.pl najpóźniej w terminie 14 dni kalendarzowych od daty zakończenia realizacji danej usługi szkoleniowej wg zasad wskazanych w Procedurze reklamacji usługi szkoleniowej dostępnej na stronie internetowej: <http://aldeo.pl/oferta/szkolenia/>

Reklamacja zostanie uwzględniona w przypadku nienależytego zrealizowania Szkolenia z wyłącznej winy ALDEO Systemy Zarządzania Sp. z o.o.

Informujemy, że usługa może zostać poddana kontroli lub audytowi instytucji zewnętrznych, w tym audytowi w ramach audytów funkcjonowania podmiotów w Bazie Usług Rozwojowych. Zespół audytowy ma możliwość na podstawie upoważnienia wydanego przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości do przeprowadzenia wizytacji usługi rozwojowej.

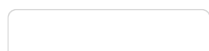
Adres

Jarosław

Jarosław

woj. podkarpackie

Kontakt



Natalia Szkoła



E-mail n.szkoła@aldeo.pl

Telefon (+48) 533 130 200