

APS Piotr Olgierd
Sułkowski

Szkolenie: MARKETING I SPRZEDAŻ W GOSPODARCE CYFROWEJ

Numer usługi 2024/05/16/36960/2152448

📍 Pierzchnica / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 19 h

📅 22.07.2024 do 23.07.2024

3 405,00 PLN brutto

3 405,00 PLN netto

179,21 PLN brutto/h

179,21 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	10
Maksymalna liczba uczestników	11
Data zakończenia rekrutacji	21-07-2024
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	19
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 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 strategię e-marketingu	Test teoretyczny
	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 (rynki i grupy docelowe)
- 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 2

- Media społecznościowe w marketingu-mix - rodzaje i strategie
- Wskaźniki efektywności działań marketingowych
- Profil klienta
- Metody i narzędzia angażowania klienta
- 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 3osoby. 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: 14

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<p>1 z 14</p> <p>Wprowadzenie do marketingu Klient - potrzeby, popyt, produkt, jakość, zadowolenie klienta pytanie czy znak swoje klienta?</p>	Anna Nitkiewicz-Jankowska	22-07-2024	08:00	09:00	01:00
<p>2 z 14</p> <p>Rodzaje marketing np.: business-to-consumer (B2C), business-to-business (B2B), marketing mix, nowoczesny marketing cyfrowy</p>	Anna Nitkiewicz-Jankowska	22-07-2024	09:00	10:00	01:00
<p>3 z 14</p> <p>Funkcje marketingu, marketingowe mity</p>	Anna Nitkiewicz-Jankowska	22-07-2024	10:00	11:00	01:00
<p>4 z 14</p> <p>Trójkąt strategiczny w marketingu - preferencje, koszty, realizacja (proces marketingowy), racja bytu (rynki i grupy docelowe)</p>	Anna Nitkiewicz-Jankowska	22-07-2024	11:00	12:00	01:00
<p>5 z 14</p> <p>Badania marketingowe i ich rola we współczesnym marketingu; Czynniki wpływające na marketing i sprzedaż</p>	Anna Nitkiewicz-Jankowska	22-07-2024	12:00	13:00	01:00
<p>6 z 14</p> <p>Analiza SWOT</p>	Anna Nitkiewicz-Jankowska	22-07-2024	13:00	14:00	01:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
7 z 14 Strategia: czym jest strategia?, ideał marketingowy, zasady sukcesu rynkowego, strategiczne jednostki biznesowe i rynki docelowe, decyzje strategiczne, pozycjonowanie strategiczne	Anna Nitkiewicz-Jankowska	22-07-2024	14:00	16:00	02:00
8 z 14 Media społecznościowe w marketingu-mix - rodzaje i strategie	Anna Nitkiewicz-Jankowska	23-07-2024	08:00	09:00	01:00
9 z 14 Wskaźniki efektywności działań marketingowych	Anna Nitkiewicz-Jankowska	23-07-2024	09:00	10:00	01:00
10 z 14 Profil klienta	Anna Nitkiewicz-Jankowska	23-07-2024	10:00	11:00	01:00
11 z 14 Metody i narzędzia angażowania klienta	Anna Nitkiewicz-Jankowska	23-07-2024	11:00	12:00	01:00
12 z 14 Kreowanie wartości, personalizacja produktów jako narzędzia marketingowe	Anna Nitkiewicz-Jankowska	23-07-2024	12:00	13:00	01:00
13 z 14 Zasady skutecznej komunikacji-	Anna Nitkiewicz-Jankowska	23-07-2024	13:00	14:00	01:00
14 z 14 Test końcowy	-	23-07-2024	14:00	14:15	00:15

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt usługi brutto	3 405,00 PLN
Koszt usługi netto	3 405,00 PLN
Koszt godziny brutto	179,21 PLN
Koszt godziny netto	179,21 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 strategię, 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 dział. gospod. 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 19 godzin dydaktycznych czyli 14 godzin zegarowych 15 minut.

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. Błońska 52
26-015 Pierzchnica
woj. świętokrzyskie

Kontakt



Piotr Sułkowski

E-mail psulkowski@gmail.com

Telefon (+48) 500 026 554