

EXPERT KAMIL
DREWNIK

Szkolenie: Badanie rynku i analiza konkurencji.

Numer usługi 2024/06/28/160614/2201258

📍 Elbląg / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 28 h

📅 19.08.2024 do 21.08.2024

5 600,00 PLN brutto

5 600,00 PLN netto

200,00 PLN brutto/h

200,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Sposób dofinansowania	wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Grupę docelową stanowią właściciele firm MŚP, a także ich pracownicy, którzy chcą poszerzyć swoją wiedzę o proces badania rynku oraz analizy konkurencji.
Minimalna liczba uczestników	1
Maksymalna liczba uczestników	7
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	28
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 uczestników do samodzielnego badania rynku, analizy konkurencji. Ponadto, uczestnik szkolenia zostanie przygotowany do wykorzystywania komunikacji interpersonalnej oraz prawidłowego identyfikowania dylematów związanych badaniem i analizą rynku konkurencji.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik szkolenia omawia czym jest badanie rynku i analiza konkurencji.	Charakteryzuje badanie rynku i analizę konkurencji.	Test teoretyczny
Uczestnik szkolenia opisuje cele i znaczenie badania rynku i analizy konkurencji w strategii marketingowej.	Definiuje cele i znaczenie badania rynku i analizy konkurencji w strategii marketingowej.	Test teoretyczny
Uczestnik szkolenia objaśnia metody badania rynku i analizy konkurencji: zmiany wielkości runku, zmiany preferencji konsumentów, postęp technologiczny, czynniki ekonomiczne.	Opisuje metody badania rynku i analizy konkurencji: zmiany wielkości runku, zmiany preferencji konsumentów, postęp technologiczny, czynniki ekonomiczne.	Test teoretyczny
Uczestnik szkolenia rozróżnia kluczowe wskaźniki i dane do analizy konkurencji.	Charakteryzuje kluczowe wskaźniki i dane do analizy konkurencji.	Test teoretyczny
Uczestnik szkolenia dokonuje analizy rynku, grup docelowych i trendów rynkowych.	Charakteryzuje rynek, grupy docelowe i trendy rynkowe.	Test teoretyczny
Uczestnik szkolenia dokonuje analizy SWOT jako narzędzia do badania rynku i analizy konkurencji.	Charakteryzuje analizę SWOT jako narzędzie do badania rynku i analizy konkurencji.	Test teoretyczny
Uczestnik szkolenia objaśnia segmentację rynku i grupy docelowe.	Charakteryzuje segmentację rynku i grupy docelowe.	Test teoretyczny
Uczestnik szkolenia objaśnia identyfikację i ocenę konkurencji.	Opisuje identyfikację i ocenę konkurencji.	Test teoretyczny
Uczestnik szkolenia dokonuje analizy konkurencji i identyfikuje głównych konkurentów.	Charakteryzuje analizę konkurencji i omawia identyfikację głównych konkurentów.	Test teoretyczny
Uczestnik szkolenia dokonuje analizy produktów / usług i strategii sprzedaży u konkurencji.	Charakteryzuje produkty / usługi i strategię sprzedaży u konkurencji.	Test teoretyczny
Uczestnik szkolenia dokonuje analizy obecność na rynku i opisuje relacje z klientami u konkurencji.	Charakteryzuje obecność na rynku i omawia relacje z klientami u konkurencji.	Test teoretyczny
Uczestnik szkolenia stosuje 7 etapów przeprowadzania analizy rynkowej: zdefiniowanie problemu, wyznaczenie celów badawczych, zidentyfikowanie docelowych odbiorców, wybór metody badawczej, zaprojektowanie i przeprowadzenie badań, analiza wyników, prezentacja wyników.	Charakteryzuje 7 etapów przeprowadzania analizy rynkowej: zdefiniowanie problemu, wyznaczenie celów badawczych, zidentyfikowanie docelowych odbiorców, wybór metody badawczej, zaprojektowanie i przeprowadzenie badań, analiza wyników, prezentacja wyników.	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik szkolenia rozróżnia zachowania klientów i trendy rynkowe.	Opisuje zachowania klientów i trendy rynkowe.	Test teoretyczny
Uczestnik szkolenia formułuje wnioski i rekomendacje z badania rynku i analizy konkurencji.	Charakteryzuje wnioski i rekomendacje z badania rynku i analizy konkurencji.	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 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 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 potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji.

Program

Zajęcia teoretyczne i praktyczne:

Dzień I

1. Definicja badania rynku i analizy konkurencji.
2. Cel i znaczenie badania rynku i analizy konkurencji w strategii marketingowej.
3. Metody badania rynku i analizy konkurencji:
 - zmiany wielkości rynku,
 - zmiany preferencji konsumentów,
 - postęp technologiczny,
 - czynniki ekonomiczne.
4. Kluczowe wskaźniki i dane do analizy konkurencji.
5. Analiza rynku, grup docelowych i trendów rynkowych.

Dzień II

1. Analiza SWOT jako narzędzie do badania rynku i analizy konkurencji.
2. Segmentacja rynku i grupy docelowe.
3. Identyfikacja i ocena konkurencji.
4. Analiza konkurencji, identyfikacja głównych konkurentów.
5. Analiza produktów/usług i strategii sprzedaży u konkurencji.
6. Analiza obecności na rynku i relacji z klientami w firmach konkurujących.

Dzień III

1. 7 etapów przeprowadzenia analizy rynkowej:

- Zdefiniowanie problemu,
- Wyznaczenie celów badawczych,
- Zidentyfikowanie docelowych odbiorców,
- Wybór metody badawczej,
- Zaprojektowanie i przeprowadzenie badań,
- Analiza wyników,
- Zaprezentowanie wyników.

2. Zachowania klientów i trendy rynkowe.

3. Wnioski i rekomendacje z badania rynku i analizy konkurencji.

Szkolenie adresowane jest do właścicieli firm oraz pracowników zajmujących się badaniem rynku i konkurencji.

Warunki organizacyjne:

- Uczestnik szkolenia otrzyma na szkoleniu niezbędne materiały do wykonywania ćwiczeń: notatnik, długopis do robienia notatek, przemyśleń.
- Maksymalna ilość osób w grupie 7.
- W trakcie części praktycznej każdy etap trwa w zależności od umiejętności grupy.
- Usługa jest realizowana w godzinach dydaktycznych.
- Przerwy wliczone są w czas trwania usługi.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 17

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 17 Definicja badania rynku i analizy konkurencji.	Andrzej Michalczyk	19-08-2024	08:00	09:00	01:00
2 z 17 Cel i znaczenie badania rynku i analizy konkurencji w strategii marketingowej.	Andrzej Michalczyk	19-08-2024	09:00	10:00	01:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
3 z 17 Metody badania rynku i analizy konkurencji.	Andrzej Michalczyk	19-08-2024	10:00	12:00	02:00
4 z 17 Kluczowe wskaźniki i dane do analizy konkurencji.	Andrzej Michalczyk	19-08-2024	12:00	13:30	01:30
5 z 17 Przerwa.	Andrzej Michalczyk	19-08-2024	13:30	14:00	00:30
6 z 17 Analiza rynku, grup docelowych i trendów rynkowych.	Andrzej Michalczyk	19-08-2024	14:00	16:00	02:00
7 z 17 Analiza SWOT jako narzędzie do badania rynku i analizy konkurencji.	Andrzej Michalczyk	20-08-2024	08:00	09:00	01:00
8 z 17 Segmentacja rynku i grupy docelowe.	Andrzej Michalczyk	20-08-2024	09:00	10:00	01:00
9 z 17 Identyfikacja i ocena konkurencji.	Andrzej Michalczyk	20-08-2024	10:00	11:30	01:30
10 z 17 Analiza konkurencji, identyfikacja głównych konkurentów.	Andrzej Michalczyk	20-08-2024	11:30	12:30	01:00
11 z 17 Analiza produktów/usług i strategii sprzedaży u konkurencji.	Andrzej Michalczyk	20-08-2024	12:30	13:30	01:00
12 z 17 Przerwa.	Andrzej Michalczyk	20-08-2024	13:30	14:00	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
13 z 17 Analiza obecności na rynku i relacji z klientami w firmach konkurujących.	Andrzej Michalczyk	20-08-2024	14:00	16:00	02:00
14 z 17 7 etapów przeprowadzenia analizy rynkowej.	Andrzej Michalczyk	21-08-2024	08:00	09:30	01:30
15 z 17 Zachowania klientów i trendy rynkowe.	Andrzej Michalczyk	21-08-2024	09:30	11:00	01:30
16 z 17 Wnioski i rekomendacje z badania rynku i analizy konkurencji.	Andrzej Michalczyk	21-08-2024	11:00	12:30	01:30
17 z 17 Walidacja.	-	21-08-2024	12:30	13:00	00:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 600,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 600,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	200,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	200,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1

1 z 1

Andrzej Michalczyk



Trener biznesu, certyfikowany coach LMI, konsultant i doradca biznesowy. Partner zarządzający LMIPolska. Programy rozwojowe w zakresie zarządzania, przywództwa i efektywności dla przedstawicieli kadry zarządzającej firm dużych oraz MMSP, a także osób zarządzających z sektora publicznego. Wieloletnia praktyka we wdrażaniu procesów rozwojowych w zarządzanych przez siebie zespołach i organizacjach. Rozwój menedżerski podległych pracowników. Realizacja szkoleń i doradztwa dla firm z sektora MŚP, w tym szkolenia z zakresu efektywnej komunikacji, obsługi klienta, na sprzedaży, marketingu relacji, zarządzania zespołem. Wykształcenie Technikum Mechaniczne, studia na Politechnice Gdańskiej, Wydział: Budowa Maszyn. Przeprowadzono blisko 1 500 godzin szkoleniowych. E-mail: bardziejzyc@gmail.com Posiada ponad 5-letnie doświadczenie w przeprowadzaniu skutecznych szkoleń.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnik szkolenia otrzyma na szkoleniu niezbędne materiały do wykonywania ćwiczeń: notatnik, długopis do robienia notatek, przemyśleń.

Warunki uczestnictwa

W szkoleniu mogą uczestniczyć właściciele firm oraz pracownicy zajmujący się marketingiem.

Informacje dodatkowe

Koszt szkolenia nie zawiera kosztów dojazdu, zakwaterowania ani wyżywienia jak również środków trwałych.

Szkolenie będzie zrealizowane zgodnie z aktualnie obowiązującymi przepisami prawa i zaleceniami Ministerstwa Zdrowia i Głównego Inspektoratu Sanitarnego w trakcie pandemii COVID-19.

Podstawa zwolnienia z VAT: Usługa podlega zwolnieniu z podatku od towarów i usług na podstawie §3 pkt 1,14 rozporządzenia Ministra Finansów z 20 grudnia 2013 roku w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień (t. jedn. Dz. U. z 2020 r., po. 1983.)

Pierwszego i drugiego dnia szkolenia przewidziana jest 30 minutowa przerwa. Godziny przerwy ustalane są indywidualnie biorąc pod uwagę potrzeby grupy.

Adres

ul. Łączności 3
82-300 Elbląg
woj. warmińsko-mazurskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Wi-fi

Kontakt

 Kamil Drewnik



E-mail kamil.drewnik@gmail.com

Telefon (+48) 603 802 907