

EXPERT KAMIL
DREWNIK

Szkolenie: Kluczowe elementy strategii marketingowej.

Numer usługi 2024/06/28/160614/2201301

- 📍 Elbląg / stacjonarna
- 🏠 Usługa szkoleniowa
- 🕒 30 h
- 📅 30.07.2024 do 01.08.2024

6 600,00 PLN brutto

6 600,00 PLN netto

220,00 PLN brutto/h

220,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Sposób dofinansowania	wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Grupę docelową stanowią osoby prowadzące własne przedsiębiorstwa mśp, jednocześnie odpowiadające za marketing w przedsiębiorstwie, które chcą poszerzyć swoją wiedzę o nowe elementy strategii marketingowych.
Minimalna liczba uczestników	1
Maksymalna liczba uczestników	7
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	30
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 kluczowych elementów strategii marketingowej. Ponadto, uczestnik szkolenia zostanie przygotowany do wykorzystania komunikacji interpersonalnej oraz do prawidłowego identyfikowania i rozstrzygania dylematów związanych z kluczowymi elementami strategii marketingowej.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Uczestnik szkolenia tłumaczy czym jest strategia marketingowa i wymienia kluczowe strategie: penetracja rynku, rozwój rynku, rozwój produktu, dywersyfikacja.</p> <p>Uczestnik szkolenia wykorzystuje strategię marketingową w firmie.</p> <p>Uczestnik szkolenia tłumaczy jak ukierunkować przedsiębiorstwo aby uzyskać najwyższy zwrot z inwestycji z wykorzystaniem marketingu.</p>	<p>Opisuje czym jest strategia marketingowa i wymienia kluczowe strategie: penetracja rynku, rozwój rynku, rozwój produktu, dywersyfikacja.</p> <p>Omawia strategię marketingową w firmie.</p> <p>Opisuje jak ukierunkować przedsiębiorstwo, aby uzyskać najwyższy zwrot z inwestycji z wykorzystaniem marketingu.</p>	<p>Test teoretyczny</p> <p>Test teoretyczny</p> <p>Test teoretyczny</p>
<p>Uczestnik szkolenia zwiększa wydajność marketingową w firmie i używa sposobów na poprawę wydajności: analizę rynku i grup docelowych, kanały marketingowe, np. Social Media, telemarketing, wskaźniki skuteczności marketingowej.</p>	<p>Opisuje jak zwiększyć wydajność marketingową w firmie i omawia sposoby na poprawę wydajności: analizę rynku i grup docelowych, kanały marketingowe, np. Social Media, telemarketing, wskaźniki skuteczności marketingowej.</p>	<p>Test teoretyczny</p>
<p>Uczestnik szkolenia tłumaczy jak opracować strategię marketingową własnego przedsiębiorstwa.</p>	<p>Omawia jak opracować strategię marketingową własnego przedsiębiorstwa.</p>	<p>Test teoretyczny</p>
<p>Uczestnik szkolenia omawia budowę i zarządzanie marketingiem własnego przedsiębiorstwa.</p> <p>Uczestnik szkolenia dokonuje analizy marketingowej potrzeb i preferencji klientów.</p>	<p>Opisuje budowę i zarządzanie marketingiem własnego przedsiębiorstwa.</p> <p>Charakteryzuje analizę marketingową potrzeb i preferencji klientów.</p>	<p>Test teoretyczny</p> <p>Test teoretyczny</p>
<p>Uczestnik szkolenia tłumaczy jak dzięki strategii marketingowej dotrzeć do grupy docelowej i omawia skuteczne dotarcie do grupy docelowej: strategie marketingowe firmy, targetowanie reklam w Social Mediach, optymalizowanie kampanii reklamowych.</p>	<p>Opisuje jak dzięki strategii marketingowej dotrzeć do grupy docelowej i charakteryzuje skuteczne dotarcie do grupy docelowej: strategie marketingowe firmy, targetowanie reklam w Social Mediach, optymalizowanie kampanii reklamowych.</p>	<p>Test teoretyczny</p>
<p>Uczestnik szkolenia omawia jak wyróżnić się na tle innych przedsiębiorstw: poznanie odbiorców własnego przedsiębiorstwa, poznanie strategii marketingowej konkurencji, dopasowywanie działań firmy do panujących trendów i tendencji na rynku, dopasowywanie działań firmy do zmian i panujących trendów na rynku.</p>	<p>Charakteryzuje jak wyróżnić się na tle innych przedsiębiorstw: poznanie odbiorców własnego przedsiębiorstwa, poznanie strategii marketingowej konkurencji, dopasowywanie działań firmy do panujących trendów i tendencji na rynku, dopasowywanie działań firmy do zmian i panujących trendów na rynku.</p>	<p>Test teoretyczny</p>

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik szkolenia tłumaczy jakie działania marketingowe można podjąć, aby przyciągnąć uwagę klienta: uwzględnianie zmian w trendach, zmiany technologiczne.	Opisuje jakie działania marketingowe można podjąć aby przyciągnąć uwagę klienta: uwzględnianie zmian w trendach, zmiany technologiczne.	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 w formie certyfikatu zawiera pełen 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. Czym jest strategia marketingowa? Kluczowe strategie:

- Penetracja rynku,
- Rozwój rynku,
- Rozwój produktu,
- Dywersyfikacja.

2. Jak wykorzystać strategię marketingową w firmie?

3. Jak ukierunkować przedsiębiorstwo, aby uzyskać najwyższy zwrot z inwestycji z wykorzystaniem marketingu?

4. Jak zwiększyć wydajność marketingową w firmie? Sposoby na poprawę wydajności.

- Analiza rynku i grup docelowych,
- Kanały marketingowe: Social Media, telemarketing,
- Wskaźniki skuteczności marketingowej.

Dzień II

1. Opracowanie strategii marketingowej przedsiębiorstwa.
2. Budowa i zarządzanie marketingiem we własnym przedsiębiorstwie.
3. Analiza potrzeb marketingowych i preferencji klientów.
4. Jak dzięki strategii marketingowej dotrzeć do grupy docelowej? Skuteczne dotarcie do grupy docelowej:
 - o Strategia marketingowa firmy, a grupa docelowa.
 - o Targetowanie reklam w Social Mediach do konkretnych grup.
 - o Optymalizowanie kampanii reklamowych.

Dzień III

1. Jak wyróżniać się na tle innych przedsiębiorstw?
 - o Poznanie odbiorców własnego przedsiębiorstwa,
 - o Poznanie strategii marketingowej konkurencji,
 - o Dopasowywanie działań firmy do panujących trendów i tendencji na rynku.
 - o Dopasowywanie działań firmy do zmian i panujących trendów na rynku.
2. Jakie działania marketingowe można podjąć, aby przyciągnąć uwagę klienta?
 - o Uwzględnianie zmian w trendach,
 - o Zmiany technologiczne.

Szkolenie adresowane jest do właścicieli firm oraz pracowników firm zajmujących się kluczowymi elementami strategii marketingowej.

Warunki organizacyjne:

- Uczestnik szkolenia otrzyma niezbędne materiały do wykonywania ćwiczeń: notes, długopis do robienia notatek, przemyśleń.
- Maksymalna ilość osób w grupie: 7.
- W trakcie części praktycznej każdy etap trwa w zależności od umiejętności grupy.
- Zajęcia realizowane w godzinach dydaktycznych.
- Przerwy wliczone zostały w czas usługi.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 14

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 14 Czym jest strategia marketingowa? Kluczowe strategie.	Andrzej Michalczyk	30-07-2024	08:00	10:00	02:00
2 z 14 Jak wykorzystać strategię marketingową w firmie?	Andrzej Michalczyk	30-07-2024	10:00	11:45	01:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
3 z 14 Jak ukierunkować przedsiębiorstwo , aby uzyskać najwyższy zwrot z inwestycji z wykorzystaniem marketingu?	Andrzej Michalczyk	30-07-2024	11:45	13:45	02:00
4 z 14 Przerwa.	Andrzej Michalczyk	30-07-2024	13:45	14:15	00:30
5 z 14 Jak zwiększyć wydajność marketingową w firmie? Sposoby na poprawę wydajności.	Andrzej Michalczyk	30-07-2024	14:15	16:15	02:00
6 z 14 Opracowanie strategii marketingowej przedsiębiorstwa .	Andrzej Michalczyk	31-07-2024	08:00	10:00	02:00
7 z 14 Budowa i zarządzanie marketingiem we własnym przedsiębiorstwie m.	Andrzej Michalczyk	31-07-2024	10:00	11:45	01:45
8 z 14 Analiza potrzeb marketingowych i preferencji klientów.	Andrzej Michalczyk	31-07-2024	11:45	13:45	02:00
9 z 14 Przerwa.	Andrzej Michalczyk	31-07-2024	13:45	14:15	00:30
10 z 14 Jak dzięki strategii marketingowej dotrzeć do grupy docelowej? Skuteczne dotarcie do grupy docelowej.	Andrzej Michalczyk	31-07-2024	14:15	16:15	02:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
11 z 14 Jak wyróżnić się na tle innych przedsiębiorstw?	Andrzej Michalczyk	01-08-2024	08:00	10:45	02:45
12 z 14 Przerwa.	Andrzej Michalczyk	01-08-2024	10:45	11:15	00:30
13 z 14 Jakie działania marketingowe można podjąć, aby przyciągnąć uwagę klienta?	Andrzej Michalczyk	01-08-2024	11:15	13:30	02:15
14 z 14 Walidacja.	-	01-08-2024	13:30	14:00	00:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	6 600,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	6 600,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	220,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	220,00 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 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.

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.).

Każdego dnia przewidziana jest 30 minutowa przerwa obiadowa. 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