



## Planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych w przedsiębiorstwie, sztuczna inteligencja. E-marketing w sprzedaży i reklama w przedsiębiorstwie.

8 500,00 PLN brutto  
8 500,00 PLN netto  
170,00 PLN brutto/h  
170,00 PLN netto/h

PRZEMYSŁAW  
STEMPŁOWSKI  
CLAUDIA  
ACCESSORIES



Numer usługi 2024/08/05/125107/2252482

📍 Kielce / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 50 h

📅 13.09.2024 do 28.09.2024

## Informacje podstawowe

<b>Kategoria</b>	Biznes / Marketing
<b>Sposób dofinansowania</b>	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
<b>Grupa docelowa usługi</b>	Szkolenie przeznaczone dla właścicieli firm i pracowników chcących zwiększyć swoją wiedzę z zakresu prowadzenia działań sprzedażowych i marketingowych z wykorzystaniem planowania, tworzenia i dystrybuowania treści marketingowych w przedsiębiorstwie, Poznanie zasady działania E-marketingu w sprzedaży oraz budowanie strategii reklamowej w przedsiębiorstwie.
<b>Minimalna liczba uczestników</b>	1
<b>Maksymalna liczba uczestników</b>	5
<b>Data zakończenia rekrutacji</b>	12-09-2024
<b>Forma prowadzenia usługi</b>	stacjonarna
<b>Liczba godzin usługi</b>	50
<b>Podstawa uzyskania wpisu do BUR</b>	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

## Cel

### Cel edukacyjny

Główny cel usługi

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje do samodzielnego prowadzenia działań marketingowych, planowania, tworzenia i dystrybuowania treści marketingowych w przedsiębiorstwie Poznania zasady działania E-marketingu w sprzedaży oraz budowanie strategii reklamowej w przedsiębiorstwie oraz innych kanałów dotarcia do klienta.

## Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Uczestnik po odbytych szkoleniu buduje strategię social media oraz person sprzedazowych</p> <p>Analizuje i ocenia strategię i sytuację marketingową przedsiębiorstwa za pomocą odpowiednich narzędzi marketingowych</p>	<p>Kryteria weryfikacji efektów uczenia obejmują następujące elementy:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- ocenia osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się w procesie kształcenia dokonywaną w odniesieniu do poszczególnych przedmiotów/ modułów (i ich form)</li><li>-ocenę osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się w odniesieniu do zajęć praktycznych</li></ul> <p>Kryteria weryfikacji efektów uczenia obejmują następujące elementy:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- ocenia osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się w procesie kształcenia dokonywaną w odniesieniu do poszczególnych przedmiotów/ modułów (i ich form)</li><li>-ocenę osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się w odniesieniu do zajęć praktycznych</li></ul>	<p>Wywiad swobodny</p> <p>Obserwacja w warunkach rzeczywistych</p>
<p>rozumie i stosuje narzędzia marketingu internetowego</p>	<p>Kryteria weryfikacji efektów uczenia obejmują następujące elementy:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- ocenia osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się w procesie kształcenia dokonywaną w odniesieniu do poszczególnych przedmiotów/ modułów (i ich form)</li><li>-ocenę osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się w odniesieniu do zajęć praktycznych</li></ul>	<p>Wywiad swobodny</p>
<p>Planuje działania związane z opracowaniem i dystrybucją treści marketingowych:</p>	<p>Kryteria weryfikacji efektów uczenia obejmują następujące elementy:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- ocenia osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się w procesie kształcenia dokonywaną w odniesieniu do poszczególnych przedmiotów/ modułów (i ich form)</li><li>-ocenę osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się w odniesieniu do zajęć praktycznych</li></ul>	<p>Wywiad swobodny</p>

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Przygotowuje treści marketingowe</p> <p>potrafi uruchomic skuteczne kampanie sprzedażowe z wykorzystaniem sztucznej inteligencji</p>	<p>Kryteria weryfikacji efektów uczenia obejmują następujące elementy:  - ocenia osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się w procesie kształcenia dokonywaną w odniesieniu do poszczególnych przedmiotów/ modułów (i ich form)  -ocenę osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się w odniesieniu do zajęć praktycznych</p> <p>Kryteria weryfikacji efektów uczenia obejmują następujące elementy:  - ocenia osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się w procesie kształcenia dokonywaną w odniesieniu do poszczególnych przedmiotów/ modułów (i ich form)  -ocenę osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się w odniesieniu do zajęć praktycznych</p>	<p>Wywiad swobodny</p> <p>Wywiad swobodny</p>
<p>Opracowuje materiały audiowizualne</p>	<p>Kryteria weryfikacji efektów uczenia obejmują następujące elementy:  - ocenia osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się w procesie kształcenia dokonywaną w odniesieniu do poszczególnych przedmiotów/ modułów (i ich form)  -ocenę osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się w odniesieniu do zajęć praktycznych</p>	<p>Wywiad swobodny</p>
<p>Monitoruje efekty wdrożenia treści marketingowych</p>	<p>Kryteria weryfikacji efektów uczenia obejmują następujące elementy:  - ocenia osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się w procesie kształcenia dokonywaną w odniesieniu do poszczególnych przedmiotów/ modułów (i ich form)  -ocenę osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się w odniesieniu do zajęć praktycznych</p>	<p>Wywiad swobodny</p>
<p>wykorzystuje metody i narzędzia marketingowe w celu angazowania klientów</p>	<p>Kryteria weryfikacji efektów uczenia obejmują następujące elementy:  - ocenia osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się w procesie kształcenia dokonywaną w odniesieniu do poszczególnych przedmiotów/ modułów (i ich form)  -ocenę osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się w odniesieniu do zajęć praktycznych</p>	<p>Obserwacja w warunkach rzeczywistych</p>

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
interpretuje wskaźniki i ocenia efekty działań marketingu cyfrowego	Kryteria weryfikacji efektów uczenia obejmują następujące elementy: - ocenia osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się w procesie kształcenia dokonywaną w odniesieniu do poszczególnych przedmiotów/ modułów (i ich form) -ocenę osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się w odniesieniu do zajęć praktycznych	Obserwacja w warunkach rzeczywistych

## Kwalifikacje

### Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

#### Warunki uznania kompetencji

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

tak

**Pytanie 2. Czy dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji?**

tak

**Pytanie 3. Czy dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?**

tak

## Program

Program szkolenia:

1. Poznanie uczestników oraz omówienie celów szkolenia

2. Technologie transformacyjne i ich wpływ na marketing:

- media społecznościowe
- wirtualna rzeczywistość
- sztuczna inteligencja
- technologie mobilne

3. Planowanie wykorzystania treści marketingowych w strategii marketingowej przedsiębiorstwa:

- omawianie dostępnych działań marketingowych służących przygotowaniu treści marketingowych,
- analiza narzędzi marketingowych stosowana w przedsiębiorstwie (strona internetowa, media społecznościowe, blogi, fora internetowe, grupy dyskusyjne, portale internetowe, artykuły prasowe, materiały drukowane) pod kątem treści marketingowej,
- charakterystyka działań marketingowych podejmowanych w przedsiębiorstwach o zbliżonym profilu działalności,
- sporządza prezentację dotyczącą strategii marketingowej przedsiębiorstwa.

#### 4. Planowanie działań związanych z opracowaniem i dystrybucją treści marketingowych:

- rozpoznanie i charakterystyka potrzeb przedsiębiorstwa np. na podstawie przeprowadzonego wywiadu,
- identyfikacja docelowej grupy odbiorców treści marketingowych
- omawianie zasad tworzenia treści marketingowych w zależności od kanału dystrybucji i grupy docelowej (z uwzględnieniem słów kluczowych, rodzajów treści multimedialnych, atrakcyjności i perswazyjności przekazu),
- omawianie przepisów prawa autorskiego i RODO w zakresie korzystania z utworu
- 5 Przygotowywanie treści marketingowych:
- rozróżnianie rodzaju/gatunki tekstów tworzonych dla wybranych kanałów dystrybucji,
- sporządzanie tekstu odpowiedniego do kanału dystrybucji na podstawie tekstu źródłowego,
- optymalizacja treści dla potrzeb marketingu w wyszukiwarkach (SEM, SEO, PPC),

#### 6. Opracowanie materiałów graficznych:

- rozróżnianie rodzajów materiałów graficznych,
- źródła materiałów graficznych,
- formaty plików graficznych
- scenariusz sesji zdjęciowej,
- zdjęcia zgodnie z zasadami kompozycji,
- programy i aplikacje do obróbki zdjęć (kadruje, dodaje napisy, stosuje filtry graficzne),

#### 7. Opracowanie materiałów audiowizualnych:

- rodzaje/gatunki materiałów audiowizualnych,
- cel materiału audiowizualnego,

#### 8. Ocena sytuacji rynkowej/kontekstu przedsiębiorstwa za pomocą:

- analiza swot
- analiza portfolio
- analiza sytuacji ze względu na cykl życia produktów

#### 9. Narzędzia marketingu internetowego w tym marketingu mix - charakterystyka

- narzędzia wspierające e-mail marketing i lead nurturing
- narzędzia do marketingu w mediach społecznościowych
- programy reklamowe
- narzędzia do marketingu wideo
- platformy do tworzenia treści
- systemy do obsługi klienta
- systemy wspierające produktywność i zarządzanie projektami
- platformy CRM

#### 10. zasady i przykłady skutecznej komunikacji z wykorzystaniem mediów społecznościowych i internetu.

#### 11. Zasady działania marketingu automation

- user tracking
- live chat
- czatbot
- kampanie email
- kampanie sms
- CRM
- personalizowanie treści strony internetowej

#### 12. pojęcie nowoczesnego marketingu cyfrowego

#### 13. Strategie e marketingu

#### 14. Wybór i ocena e marketingu w firmie

#### 15. Wybór właściwych narzędzi marketingu internetowego do sytuacji rynkowej i przyjętego modelu biznesu

#### 16. Analiza strategii e marketingowej i propozycje udoskonalenia wraz z ich uzasadnieniem

# Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 5

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>1 z 5</b> Poznanie uczestników oraz omówienie celów szkolenia, Technologie transformacyjne i ich wpływ na marketing, .Planowanie wykorzystania treści marketingowych w strategii marketingowej przedsiębiorstwa	Anna Stemplowska	13-09-2024	08:00	15:30	07:30
<b>2 z 5</b> Planowanie działań związanych z opracowaniem i dystrybucją treści marketingowych, Narzędzia marketingu internetowego w tym marketingu mix - charakterystyka	Anna Stemplowska	14-09-2024	08:00	15:30	07:30
<b>3 z 5</b> zasady i przykłady skutecznej komunikacji z wykorzystaniem mediów społecznościowych i internetu. Zasady działania marketingu automotion	Anna Stemplowska	15-09-2024	08:00	15:30	07:30
<b>4 z 5</b> opracowanie materiałów graficznych i audiowizualnych	Anna Stemplowska	27-09-2024	08:00	15:30	07:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>5 z 5</b> Wybór i ocena e-marketingu, właściwych narzędzi marketingu internetowego do sytuacji rynkowej i przyjętego modelu biznesu. Analiza strategii i propozycje udoskonaleń - uzasadnieniem	Anna Stemplowska	28-09-2024	08:00	15:30	07:30

## Cennik

### Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	8 500,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	8 500,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	170,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	170,00 PLN

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



**1 z 1**

### Anna Stemplowska

Doświadczony i praktykujący menadżer oraz marketingowiec. Wiedzę zdobyła na studiach na Politechnice Świętokrzyskiej na kierunku Zarządzanie i Marketing. Specjalistka od social media w branży beauty . Z sukcesem pozyskuje kilkadziesiąt nowych klientów miesięcznie na swoje szkolenia i usługi salonowe. Jednocześnie stylistka paznokci z 6-cio letnim doświadczeniem. Założycielka Centrum szkoleniowego Beauty service. Francyzobiorca i szkoleniowiec w salonach NeoNail. Zarządzała zespołem pracowników na terenie całej Polski. Twórczyni własnych programów szkoleniowych. W swojej karierze, w ciągu ostatnich 5 - ciu lat przeprowadziła szkolenia z podobnego tematu usługi w ilości godzin przekraczającej 100h. Zdobywczyni "Laur piękna" dla najlepszych salonów kosmetycznych w Kielcach. Dzięki zarządzaniu, firma otrzymała w 2017 roku certyfikat "Firmy godnej zaufania - gold". Brała również udział w szkoleniach prowadzonych przez

Firmy Rowińska Business Consulting - "Kobieta niezależna". Miłośniczka Instytutu Gallupa. Absolwentka Politechniki Świętokrzyskiej w Kielcach na kierunku Zarządzanie i marketing, specjalność - zarządzanie firmą. Dodatkowo mgr inż Wydziału Zarządzania i Modelowania Komputerowego Politechniki Świętokrzyskiej kierunku Zarządzenie i Inżynieria Produkcji ze specjalnością Inżyniersko - menedżerskim. Obecnie studentka czwartego roku Prawa.

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

- Prezentacja multimedialna ze szkolenia
- Materiały szkoleniowe
- Zeszyt ćwiczeń
- mini wykład
- ćwiczenia indywidualne
- case study
- zadania wdrożeniowe
  
- korzystanie z aplikacji
- prezentacje na forum wypracowanych wyników.

### Informacje dodatkowe

1 godzina szkolenia = 45 minut

Przerwa dopasowana do potrzeb grupy.

Firma szkoleniowa zapewnia:

- sprzęt komputerowy z dostępem do internetu wraz z zainstalowaną przeglądarką internetową oraz dostępem do narzędzi wykorzystywanych w realizacji kampanii online, zapewniających możliwość uzyskania wskazanych efektów uczenia się,
- zestaw praktycznych ćwiczeń w zakresie planowania kampanii online, w oparciu o które będą realizowane kolejne czynności pozwalające nabyć i utrwalić, a także na bieżąco weryfikować
- przykłady prawidłowych i nieprawidłowych działań w zakresie

kampanii online wraz z omówieniem ich skuteczności i efektywności i dostęp do książek, podręczników, publikacji branżowych polsko- i obcojęzycznych, dotyczących prezentowanych zagadnień.

## Adres

ul. Magazynowa 4

25-565 Kielce

woj. świętokrzyskie

Sala szkoleniowa położona w centrum miasta z dogodnym dojazdem komunikacją miejską oraz darmowym parkingiem przed budynkiem. Sala wyposażona jest w rzutnik, komputer oraz sprzęt potrzebny do ćwiczeń.

### Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi
- Udogodnienia dla osób ze szczególnymi potrzebami



# Kontakt



**Przemysław Stemplowski**

**E-mail** [aa.stemplowska@wp.pl](mailto:aa.stemplowska@wp.pl)

**Telefon** (+48) 607 483 980