



ZEBRA EDUKACJA  
Brak ocen dla tego dostawcy

## MARKETING. ZEBRA Edukacja. Nowy wymiar szkoleń. (również dla Uczestników Projektu Kierunek – Rozwój)

Numer usługi 2024/08/26/168421/2279276

- 📍 zdalna w czasie rzeczywistym
- 🏠 Usługa szkoleniowa
- 🕒 21 h
- 📅 25.11.2024 do 29.11.2024

2 520,00 PLN brutto  
2 520,00 PLN netto  
120,00 PLN brutto/h  
120,00 PLN netto/h

## Informacje podstawowe

<b>Kategoria</b>	Biznes / Zarządzanie przedsiębiorstwem
<b>Sposób dofinansowania</b>	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
<b>Grupa docelowa usługi</b>	<p>Szkolenie " MARKETING" dedykowane jest wszystkim, którzy chcą rozwinąć swoje kompetencje w zakresie marketingu.</p> <p><b>Usługa adresowana również do uczestników projektu „Kierunek – Rozwój”.</b></p> <p>Może być pomocne w pracy menedżerów, właścicieli firm, liderów zespołów, pracowników bez funkcji menedżerskich, handlowcom, wszystkim którzy chcą rozwijać swoje umiejętności w zakresie profesjonalnego marketingu. Program skierowany jest zarówno do osób bez doświadczenia, jak i tych, którzy pragną pogłębić swoją wiedzę w tej dziedzinie. Szkolenie jest otwarte dla wszystkich, niezależnie od wieku i płci, którzy są zdeterminowani, aby zdobyć praktyczne umiejętności w tym zakresie. Jako firma szkoleniowa wyróżniamy się interaktywnym podejściem, umożliwiającym natychmiastowe zastosowanie zdobytej wiedzy w praktyce. Dołącz do grona profesjonalistów i zwiększ swoje kompetencje pod okiem doświadczonych ekspertów. Szkolenie prowadzone jest w języku polskim.</p>
<b>Minimalna liczba uczestników</b>	6
<b>Maksymalna liczba uczestników</b>	12
<b>Data zakończenia rekrutacji</b>	11-11-2024
<b>Forma prowadzenia usługi</b>	zdalna w czasie rzeczywistym
<b>Liczba godzin usługi</b>	21

# Cel

## Cel edukacyjny

Szkolenie rozwija umiejętności uczestników w planowaniu, realizacji i optymalizacji działań marketingowych, kluczowych dla sukcesu w dynamicznym środowisku biznesowym. Uczestnicy poznają praktyczne narzędzia do segmentacji rynku, analizy konkurencji oraz budowania silnej marki. Szkolenie podkreśla wpływ technologii cyfrowych na strategię marketingowe i uczy identyfikowania zagrożeń oraz tworzenia kampanii, które przyciągają klientów i budują długotrwałe relacje, co przekłada się na sukces firmy.

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

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<ul style="list-style-type: none"><li>• Charakteryzuje i rozróżnia cztery główne fazy rozwoju marketingu, z naciskiem na obecne podejścia cyfrowe i ich wpływ na strategię marketingową oraz makro otoczenie w kontekście konkurencyjności na rynku.</li><li>• Rozróżnia zasady metodycznego podejścia do planowania i realizacji strategii marketingowej, z uwzględnieniem nowoczesnych narzędzi i technik.</li><li>• Rozpoznaje sytuacje, w których najczęściej dochodzi do zakłóceń w realizacji działań marketingowych, i analizuje ich przyczyny.</li><li>• Uzasadnia powody, z których najczęściej wynikają błędy w planowaniu i wdrażaniu kampanii marketingowych.</li></ul>	<p>Weryfikacja efektów uczenia się: Pre-test on line wypełniony przed rozpoczęciem szkolenia. Post-test: on line uczestnik wypełnia po zakończeniu szkolenia. Porównywanie wyników pre i post-testu celem sprawdzenia poziomu przyswojenia wiedzy.</p>	<p>Test teoretyczny</p>

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Posługuje się podziałem na różne aspekty marketingu, takie jak segmentacja rynku, marketing mix (4P), analiza konkurencji oraz budowanie relacji z klientami.</li> <li>• Uzasadnia, dlaczego kluczową siłą w skutecznej strategii marketingowej jest diagnoza rynku oraz analiza potrzeb i zachowań konsumentów, oparta na danych i badaniach.</li> <li>• Posługuje się wynikami analizy SWOT w kontekście lepszego planowania i realizacji działań marketingowych, dostosowując je do zmieniających się warunków rynkowych.</li> <li>• Rozróżnia, czym jest marketing relacyjny oraz jak utrzymywanie równowagi między strategiami krótkoterminowymi i długoterminowymi wpływa na budowanie trwałej pozycji rynkowej oraz zadowolenie klientów</li> </ul>	<p>Weryfikacja efektów uczenia się:</p> <p>Pre-test on line wypełniony przed rozpoczęciem szkolenia.</p> <p>Post-test: on line uczestnik wypełnia po zakończeniu szkolenia.</p> <p>Porównywanie wyników pre i post-testu celem sprawdzenia poziomu przyswojenia wiedzy.</p>	<p>Test teoretyczny</p>

## Kwalifikacje

### Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

#### Warunki uznania kompetencji

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

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?**

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?**

Dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i coachingu od walidacji.

## Program

Szkolenie „Dwudniowe Szkolenie z Marketingu” zostało zaprojektowane, aby dostarczyć uczestnikom kompleksową wiedzę teoretyczną i praktyczne umiejętności, które są niezbędne do skutecznego zarządzania marketingiem we współczesnym, dynamicznie zmieniającym się środowisku biznesowym. Program szkolenia obejmuje szeroki zakres tematów, od podstaw marketingu po zaawansowane techniki i przyszłe trendy, a wszystko to w kontekście wyzwań i możliwości, jakie niesie ze sobą epoka 4.0.

Pierwszy dzień szkolenia rozpoczyna się od wprowadzenia, które obejmuje omówienie specyfiki czasów 4.0 oraz podstaw neuronauki, co pozwala uczestnikom lepiej zrozumieć, jak funkcjonuje mózg w kontekście przyswajania wiedzy i podejmowania decyzji marketingowych. Krótkie wprowadzenie do tematu marketingu daje uczestnikom przegląd jego znaczenia w organizacji oraz definiuje kluczowe pojęcia, które będą pogłębiane w kolejnych modułach.

Następnie szkolenie przechodzi do omówienia podstaw marketingu, w tym definicji i roli marketingu w organizacji. Uczestnicy uczą się o segmentacji rynku, czyli procesie identyfikowania i dzielenia klientów na segmenty, co jest podstawą skutecznych działań marketingowych. Kluczowym elementem tego modułu jest również omówienie marketing mix, czyli 4P (Produkt, Cena, Dystrybucja, Promocja), co pozwala uczestnikom na zrozumienie, jak te elementy współpracują, aby tworzyć efektywną strategię marketingową. Uczestnicy mają okazję zastosować poznane teorie w praktyce, opracowując strategię marketingową dla wybranego produktu.

Kolejnym etapem jest moduł poświęcony strategiom marketingowym, gdzie uczestnicy poznają techniki analizy SWOT, która pozwala na identyfikację mocnych i słabych stron organizacji, a także szans i zagrożeń rynkowych. Moduł ten obejmuje również analizę konkurencji, co jest kluczowe dla budowania unikalnej propozycji wartości i wyróżnienia się na rynku. Uczestnicy uczą się, jak opracować efektywną strategię pozycjonowania, która podkreśli unikalność oferty firmy.

W ramach modułu poświęconego komunikacji marketingowej, uczestnicy zdobywają wiedzę na temat budowania marki (branding), komunikacji z klientem oraz tworzenia wartościowych treści, które przyciągają klientów (content marketing). Ten moduł jest szczególnie ważny, ponieważ skuteczna komunikacja jest fundamentem każdej strategii marketingowej. Uczestnicy mają również okazję opracować własny plan komunikacji marketingowej, co pozwala im na praktyczne zastosowanie zdobytej wiedzy.

Dzień pierwszy kończy moduł poświęcony digital marketingowi, który obejmuje takie zagadnienia jak SEO (Search Engine Optimization), SEM (Search Engine Marketing), marketing w mediach społecznościowych oraz e-mail marketing. Uczestnicy uczą się, jak optymalizować strony internetowe, prowadzić kampanie reklamowe online oraz skutecznie komunikować się z klientami za pomocą e-maili. Ćwiczenia praktyczne pozwalają na zaplanowanie kampanii marketingowej online, co jest kluczowe dla zdobycia praktycznych umiejętności w zakresie digital marketingu.

Drugi dzień szkolenia rozpoczyna się krótkim podsumowaniem pierwszego dnia oraz wprowadzeniem do zaawansowanych technik marketingowych, które będą omawiane w ciągu dnia. Pierwszy moduł tego dnia koncentruje się na badaniach rynkowych i analizie. Uczestnicy uczą się, jak zbierać dane rynkowe za pomocą technik takich jak ankiety i focus group, a następnie analizować te dane, aby wyciągać wnioski, które mogą wpłynąć na strategię marketingową. Moduł ten obejmuje również wprowadzenie do narzędzi analitycznych, takich jak Google Analytics, co pozwala na monitorowanie i analizowanie efektywności działań marketingowych.

Następnie uczestnicy przechodzą do planowania kampanii marketingowych. Ten moduł obejmuje cały proces, od koncepcji do realizacji, z uwzględnieniem efektywnego zarządzania budżetem marketingowym. Uczestnicy uczą się, jak mierzyć efektywność kampanii za pomocą kluczowych wskaźników sukcesu (KPI) oraz obliczać zwrot z inwestycji (ROI). Ćwiczenia praktyczne pozwalają na stworzenie pełnego planu kampanii marketingowej, co przygotowuje uczestników do realizacji skutecznych kampanii w ich własnych organizacjach.

Moduł dotyczący marketingu relacyjnego skupia się na budowaniu i utrzymywaniu relacji z klientami za pomocą CRM (Customer Relationship Management). Uczestnicy uczą się, jak zwiększać lojalność klientów poprzez programy lojalnościowe oraz personalizację oferty, co jest kluczowe dla długoterminowego sukcesu w marketingu. Ćwiczenia praktyczne w tym module obejmują opracowanie strategii lojalnościowej dla firmy, co pozwala uczestnikom na zastosowanie zdobytej wiedzy w praktyce.

Ostatni moduł szkolenia poświęcony jest przyszłości marketingu. Uczestnicy poznają najnowsze trendy, takie jak sztuczna inteligencja, automatyzacja oraz marketing predykcyjny, które będą kształtować przyszłość branży marketingowej. Moduł ten obejmuje również omówienie innowacji i nowoczesnych technologii, które mogą zostać wdrożone w strategii marketingowej. Uczestnicy analizują studia przypadków, które pokazują zarówno sukcesy, jak i porażki znanych kampanii marketingowych, co pozwala im na lepsze zrozumienie, jak unikać błędów i osiągać sukcesy w swoich działaniach marketingowych.

Szkolenie kończy się podsumowaniem kluczowych tematów omówionych w ciągu dwóch dni, sesją pytań i odpowiedzi, oraz post testem, który pozwala na ocenę przyswojonej wiedzy. Uczestnicy otrzymują certyfikaty ukończenia szkolenia oraz materiały dodatkowe, w tym prezentacje, case studies oraz narzędzia analityczne, które mogą wspierać ich w dalszym rozwoju kompetencji marketingowych. Na zakończenie oferowana jest możliwość udziału w grupie coachingowej, co umożliwi kontynuację procesu nauki i wdrażania zdobytej wiedzy w praktyce. Dzięki temu uczestnicy są w pełni przygotowani do skutecznego zarządzania marketingiem, zwiększając swoją efektywność i skuteczność w realizacji celów biznesowych.

Plan Szkolenia: Dwudniowe Szkolenie z Marketingu

Dzień 1: Podstawy i Strategie Marketingowe

MODUŁ 1: Wprowadzenie i Omówienie Programu

- Przywitanie uczestników, przedstawienie celów szkolenia
- Pre test.
- Specyfika czasów 4.0
- Neuronauka. Co warto wiedzieć o swoim mózgu?

- Krótkie wprowadzenie do tematu marketingu i jego znaczenia.

## MODUŁ 2: Podstawy Marketingu

Definicje i kluczowe pojęcia: Czym jest marketing? Rola marketingu w organizacji.

- Segmentacja rynku: Jak identyfikować i segmentować klientów.
- Marketing mix (4P): Produkt, Cena, Dystrybucja, Promocja.
- Ćwiczenie: Praktyczne zastosowanie 4P na przykładzie wybranego produktu.

## MODUŁ 2: Strategie Marketingowe

- Analiza SWOT: Identyfikowanie mocnych i słabych stron, szans i zagrożeń.
- Analiza konkurencji: Jak badać konkurencję i wyróżniać się na rynku.
- Strategie pozycjonowania: Budowanie unikalnej propozycji wartości.
- Ćwiczenie: Opracowanie strategii marketingowej dla przykładowej firmy.

## MODUŁ 3: Komunikacja Marketingowa

- Branding: Budowanie marki i jej znaczenie w marketingu.
- Komunikacja z klientem: Kanały komunikacji, ton i styl marki.
- Content Marketing: Tworzenie wartościowych treści, które przyciągają klientów.
- Ćwiczenie: Stworzenie planu komunikacji marketingowej.

## MODUŁ 4: Digital Marketing

- SEO i SEM: Jak optymalizować strony internetowe i prowadzić kampanie reklamowe online.
- Social Media Marketing: Strategia obecności marki w mediach społecznościowych.
- E-mail marketing: Skuteczna komunikacja z klientami za pomocą e-maili.
- Ćwiczenie: Zaplanowanie kampanii marketingowej online.
- Podsumowanie Dnia 1. Omówienie kluczowych wniosków i przygotowanie na dzień 2.

## Dzień 2: Zaawansowane Techniki i Praktyczne Zastosowanie

Rozpoczęcie Dnia 2. Krótkie podsumowanie pierwszego dnia i wprowadzenie do programu drugiego dnia.

## MODUŁ 5: Badania Rynkowe i Analityka

- Zbieranie danych: Techniki badania rynku, ankiety, focus group.
- Analiza danych: Jak interpretować dane rynkowe i wyciągać wnioski.
- Narzędzia analityczne: Wprowadzenie do Google Analytics i innych narzędzi.
- Ćwiczenie: Analiza danych z wybranej kampanii marketingowej.

## MODUŁ 6: Kampanie Marketingowe

- Planowanie kampanii: Od koncepcji do realizacji.
- Budżetowanie: Jak efektywnie zarządzać budżetem marketingowym.
- Pomiar efektywności: Kluczowe wskaźniki sukcesu (KPI) i ROI.
- Ćwiczenie: Stworzenie pełnego planu kampanii marketingowej.

## MODUŁ 7: Marketing Relacyjny

- CRM (Customer Relationship Management): Jak budować i utrzymywać relacje z klientami.
- Lojalność klienta: Programy lojalnościowe i ich skuteczność.
- Personalizacja: Jak dostosować ofertę do indywidualnych potrzeb klienta.
- Ćwiczenie: Opracowanie strategii lojalnościowej dla firmy.

## MODUŁ 8: Przyszłość Marketingu

- Trendy w marketingu: Sztuczna inteligencja, automatyzacja, marketing predykcyjny.
- Innowacje: Jak wdrażać nowoczesne technologie w strategii marketingowej.
- Studium przypadków: Analiza sukcesów i porażek znanych kampanii marketingowych.
- Ćwiczenie: Opracowanie strategii marketingowej z uwzględnieniem przyszłych trendów.

## MODUŁ 9. Podsumowanie Szkolenia

- Omówienie kluczowych tematów z obu dni.
- Sesja Q&A: Odpowiedzi na pytania uczestników.

- Pos test.
- Zasady przekazania certyfikatów i pożegnanie.
- OFERTA SPECJALNA. Zasady udziału w grupie coachingowej.
- Materiały dodatkowe: Prezentacje, case studies, narzędzia analityczne, lista zasobów (książki, artykuły).

Szkolenie ma na celu dostarczenie zarówno teoretycznej wiedzy, jak i praktycznych umiejętności niezbędnych do skutecznego zarządzania marketingiem w nowoczesnym biznesie + matryca do zarządzania swoimi zadaniami. Zwiększanie własnej efektywności i skuteczności wdrożenia. SEM ZEBRA@.

Podsumowanie SzkoleSzkolenie

Zajęcia prowadzone w godzinach dydaktycznych.

## Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 9

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 9 Moduł 1	Robert Chojnacki	25-11-2024	08:00	09:30	01:30
2 z 9 Moduł 2	Robert Chojnacki	25-11-2024	09:30	11:00	01:30
3 z 9 Moduł 3	Robert Chojnacki	25-11-2024	11:00	12:30	01:30
4 z 9 Moduł 4	Robert Chojnacki	25-11-2024	12:30	14:30	02:00
5 z 9 Moduł 5	Robert Chojnacki	25-11-2024	14:30	16:00	01:30
6 z 9 Moduł 6	Robert Chojnacki	26-11-2024	08:00	11:00	03:00
7 z 9 Moduł 7	Robert Chojnacki	26-11-2024	11:00	13:00	02:00
8 z 9 Moduł 8	Robert Chojnacki	26-11-2024	13:00	14:00	01:00
9 z 9 Moduł 9	Robert Chojnacki	26-11-2024	14:00	16:00	02:00

## Cennik

### Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	2 520,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	2 520,00 PLN

---

Koszt osobogodziny brutto

120,00 PLN

---

Koszt osobogodziny netto

120,00 PLN

---

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

### Robert Chojnacki

Moja ścieżka rozwoju zawodowego prowadzi od Handlowca do Dyrektora Sprzedaży w sektorze budownictwa, telekomunikacji i bankowości. Zarządzałem jednymi z największych biznesowych wdrożeń edukacyjnych w Polsce. Jestem autorem wielu szkoleń, projektów wdrożeniowych i programów edukacyjnych. Od 23 lat prowadzę warsztaty i szkolenia, w których wzięło udział kilkanaście tysięcy osób, między innymi w zakresie sprzedaży, marketingu i zarządzania, w tym motywowania, coachingu i radzenia sobie ze stresem. Prowadzę szkolenia, warsztaty oraz sesje coachingowe dla pojedynczych osób, małych i dużych grup (100-200 osób). W latach 2009–2017 zarządzałem kluczowymi projektami Sandler Selling System® i Sandler Management Solutions® w Polsce (światowy lider podnoszenia efektywności w sprzedaży) w sektorze korporacyjnym i MSP, z określaniem celów i KPI. Od kilku lat promuję zwiększanie efektywności poprzez tworzenie wewnątrz organizacji kultury zarządzania w oparciu o specjalny system zebrań, na podstawie autorskiego programu System Edukacji Menedżerskiej ZEBRA® ([www.zebraedukacja.pl](http://www.zebraedukacja.pl)). Od kilku lat prowadzę różne działania w zakresie skutecznej ochrony zdrowia psychicznego; książka, szkolenia, seminaria, konferencje, sesje indywidualne oraz materiały dydaktyczne w formie komiksów, kolorowanek itp. Prowadzę szkolenia z zastosowaniem wiedzy z zakresu neuronauk, w tym psychofizjologii wzroku i metod skuteczniejszego zapamiętywania. Realnie pomagam przełożyć teorię na praktyczne umiejętności.

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Nasze materiały szkoleniowe stanowią fundament sukcesu naszych szkoleń. Stworzone z myślą o uczestnikach, łączą funkcje notesu z miejscem na własne notatki, przykłady oraz scenariusze. Wykorzystują nasze ponad 20-letnie doświadczenie w tworzeniu materiałów edukacyjnych, opartych na współczesnej wiedzy z zakresu neuronauk, neurodydaktyki, psychofizjologii wzroku oraz mnemotechnik. Podczas szkoleń nasi trenerzy podpowiadają, jak zoptymalizować notowanie, aby zwiększyć poziom zapamiętywania o 20-30%, a nawet 40%.

Materiały te są użyteczne nie tylko podczas szkoleń, ale również w codziennej pracy. Drukowane jednostronnie, zapewniają dużo miejsca na notatki i komentarze, co ułatwia późniejszy powrót do różnych technik i ich dostosowanie do indywidualnych potrzeb. Całość umieszczona w segregatorze umożliwia dodawanie dodatkowych materiałów, które mogą być pomocne w codziennej pracy. Taki sposób pracy z materiałami pokazuje uczestnikom, że szkolenie i rozwój kompetencji to proces, który powinien być kontynuowany.

Nasze materiały szkoleniowe to doskonale przemyślany i zaplanowany zestaw narzędzi, który pomaga uczestnikom nie tylko podczas samego szkolenia, ale także w codziennym życiu zawodowym i prywatnym. Zawierają one liczne opisy, które wykraczają poza samo zjawisko zarządzania ryzykiem, oferując praktyczne wskazówki dotyczące planowania, organizacji pracy i relacji. Są to materiały, które wspierają rozwój zarówno zawodowy, jak i osobisty, pokazując holistyczne podejście do rozwoju różnych kompetencji.

Struktura materiałów szkoleniowych

Materiały są zbudowane w taki sposób, aby krok po kroku odzwierciedlały to, co dzieje się podczas szkolenia. Opisy w materiałach są często znacznie szersze niż te prezentowane na szkoleniu, co umożliwia uczestnikom poszerzenie swoich punktów widzenia również po jego zakończeniu.

Pierwsza część materiałów obejmuje wszystko, co jest ważne w dobrej organizacji zadań i wyzwań dnia, lepszym rozumieniu otaczającego nas świata i w procesie uczenia się różnych umiejętności zarówno w życiu prywatnym, jak i zawodowym. Znajdują się tu obszernie opisy dotyczące:

- Świata 4.0 i jego wyzwań
- Dwoch płaszczyzn działania
- Dlaczego współcześnie ludzie muszą się nieustannie rozwijać
- Jak skuteczniej się uczyć

Materiały zawierają także specjalne miejsca na naukę rysowania oraz inne ćwiczenia rozwijające kompetencje analitycznego i kreatywnego myślenia. Rysowanie nie tylko wspomaga rozwój osobisty, ale także wzmacnia wiele innych obszarów. Niezwykle istotne jest poczucie własnej wartości, dlatego w materiałach znajduje się opis z naukowymi dowodami na to, że każdy z nas jest unikalną osobą pod względem genetycznym i osobowościowym.

Materiały obejmują również opisy dotyczące idei planowania, wzbogacone o przykłady planów dnia,

znaczenie pozytywnego nastawienia i tabele do zwiększania efektywności w zarządzaniu swoimi celami - zadaniami, oparta na Systemie Edukacji Menedżerskiej ZEBRA®. System ZEBRA®, oparty na mnemotechnikach, pozwala szybciej zrozumieć całość oraz dokładniej przeanalizować szczegóły głównego celu niezależnie od tego czego ten cel dotyczy.

Korzyści z korzystania z materiałów szkoleniowych

Praca z naszymi materiałami szkoleniowymi jest satysfakcjonująca i efektywna. Umożliwiają one uczestnikom:

- Optymalizację sposobów notowania, co realnie zwiększa poziom zapamiętywania
- Powrót do omawianych technik i dostosowanie ich do swoich potrzeb
- Kontynuację procesu rozwoju kompetencji po zakończeniu szkolenia
- Holistyczne podejście do rozwoju zawodowego i osobistego

Materiały szkoleniowe są integralną częścią naszych programów szkoleniowych, zapewniając spójną całość, która wspiera uczestników na każdym etapie ich rozwoju. Dzięki nim uczestnicy mogą nie tylko zdobyć nowe umiejętności, ale także skutecznie je wdrażać i rozwijać w swojej codziennej pracy i życiu.

Merytoryka materiałów szkoleniowych:

#### MODUŁ 1: Wprowadzenie

- Specyfika czasów 4.0
- Nauronauka. Co warto wiedzieć o swoim mózgu?
- Krótkie wprowadzenie do tematu marketingu i jego znaczenia.

#### MODUŁ 2: Podstawy Marketingu

Definicje i kluczowe pojęcia: Czym jest marketing? Rola marketingu w organizacji.

- Segmentacja rynku: Jak identyfikować i segmentować klientów.
- Marketing mix (4P): Produkt, Cena, Dystrybucja, Promocja.
- Ćwiczenie: Praktyczne zastosowanie 4P na przykładzie wybranego produktu.

#### MODUŁ 2: Strategie Marketingowe

- Analiza SWOT: Identyfikowanie mocnych i słabych stron, szans i zagrożeń.
- Analiza konkurencji: Jak badać konkurencję i wyróżniać się na rynku.
- Strategie pozycjonowania: Budowanie unikalnej propozycji wartości.
- Ćwiczenie: Opracowanie strategii marketingowej dla przykładowej firmy.

#### MODUŁ 3: Komunikacja Marketingowa

- Branding: Budowanie marki i jej znaczenie w marketingu.
- Komunikacja z klientem: Kanały komunikacji, ton i styl marki.
- Content Marketing: Tworzenie wartościowych treści, które przyciągają klientów.
- Ćwiczenie: Stworzenie planu komunikacji marketingowej.



## MODUŁ 4: Digital Marketing

- SEO i SEM: Jak optymalizować strony internetowe i prowadzić kampanie reklamowe online.
- Social Media Marketing: Strategia obecności marki w mediach społecznościowych.
- E-mail marketing: Skuteczna komunikacja z klientami za pomocą e-maili.
- Ćwiczenie: Zaplanowanie kampanii marketingowej online.

## Dzień 2: Zaawansowane Techniki i Praktyczne Zastosowanie

## MODUŁ 5: Badania Rynkowe i Analityka

- Zbieranie danych: Techniki badania rynku, ankiety, focus group.
- Analiza danych: Jak interpretować dane rynkowe i wyciągać wnioski.
- Narzędzia analityczne: Wprowadzenie do Google Analytics i innych narzędzi.
- Ćwiczenie: Analiza danych z wybranej kampanii marketingowej.

## MODUŁ 6: Kampanie Marketingowe

- Planowanie kampanii: Od koncepcji do realizacji.
- Budżetowanie: Jak efektywnie zarządzać budżetem marketingowym.
- Pomiar efektywności: Kluczowe wskaźniki sukcesu (KPI) i ROI.
- Ćwiczenie: Stworzenie pełnego planu kampanii marketingowej.

## MODUŁ 7: Marketing Relacyjny

- CRM (Customer Relationship Management): Jak budować i utrzymywać relacje z klientami.
- Lojalność klienta: Programy lojalnościowe i ich skuteczność.
- Personalizacja: Jak dostosować ofertę do indywidualnych potrzeb klienta.
- Ćwiczenie: Opracowanie strategii lojalnościowej dla firmy.

## MODUŁ 8: Przyszłość Marketingu

- Trendy w marketingu: Sztuczna inteligencja, automatyzacja, marketing predykcyjny.
- Innowacje: Jak wdrażać nowoczesne technologie w strategii marketingowej.
- Studium przypadków: Analiza sukcesów i porażek znanych kampanii marketingowych.
- Ćwiczenie: Opracowanie strategii marketingowej z uwzględnieniem przyszłych trendów.

Materiały szkoleniowe są integralną częścią naszych programów szkoleniowych, zapewniając spójną całość, która wspiera uczestników na każdym etapie ich rozwoju. Dzięki nim uczestnicy mogą nie tylko zdobyć nowe umiejętności, ale także skutecznie je wdrażać i rozwijać w swojej codziennej pracy i życiu.

**Uczestnicy otrzymują materiały szkoleniowe pocztą na 3 do 5 dni przed rozpoczęciem szkolenia.**

## Informacje dodatkowe

Zawarto umowę z WUP w Toruniu w ramach projektu Kierunek – Rozwój

Uczestnicy otrzymują materiały szkoleniowe pocztą na 3 do 5 dni przed rozpoczęciem szkolenia.

Zajęcia prowadzone w godzinach dydaktycznych.

## Warunki techniczne

Szkolenie będzie realizowane na platformie **ClickMeeting**

Każdy uczestnik szkolenia powinien mieć możliwość korzystania z komputera z dostępem do Internetu.

Ponieważ szkolenie prowadzone będzie na platformie opartej na przeglądarce, wymagane jest korzystanie z ich najaktualniejszych oficjalnych wersji, takich jak Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, Edge, Opera.

Szkolenie będzie się odbywać za pomocą aplikacji clcikmeeting – przed szkoleniem Uczestnicy otrzymają linkna adres mailowy. Link do szkolenia jest ważny w czasie trwania usługi.

## Specyfikacja techniczna ClickMeeting:

Rodzaj połączenia	Uczestnik (prędkość pobierania)	Prezenter (prędkość nadawania)
Dźwięk	512 kbps	512 kbps
Dźwięk + obraz SD	512 kbps + 1 Mbps	512 kbps + 1 Mbps
Dźwięk + obraz HD	512 kbps + 2 Mbps	512 kbps + 2 Mbps
Współdzielenie ekranu (Tryb LiteQ)	2 Mbps	2 Mbps
Współdzielenie ekranu (Tryb HighQ)	2 – 5 Mbps	2 – 5 Mbps
Współdzielenie ekranu (oparte na przeglądarce)	1 – 4 Mbps	1 – 4 Mbps

Aby uzyskać jak najlepszą jakość wideo należy się upewnić, że ma się dobre i stabilne łącze – najlepiej gdy się korzysta z prywatnego wifi lub połączenia kablowego i ma się minimum uruchomionych zakładek przeglądarki oraz aplikacji w tle. Nie należy pobierać i wysyłać dużych plików ani pobierać aktualizacji w trakcie wydarzenia.

Szkolenie prowadzone jest na żywo w czasie rzeczywistym.

## Kontakt



**Robert Chojnacki**

**E-mail** robert.chojnacki69@gmail.com

**Telefon** (+48) 504 125 519