



Marketing w przedsiębiorstwie - szkolenie w ramach projektu "Program wsparcia mikro, małych i średnich firm w okresowych trudnościach"

Numer usługi 2024/11/17/124220/2415999

6 080,00 PLN brutto
4 943,09 PLN netto
190,00 PLN brutto/h
154,47 PLN netto/h

BOOKINGANIMALS
PA SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚĆ
CIĄ



📍 Łuków / stacjonarna
🏠 Usługa szkoleniowa
🕒 32 h
📅 16.12.2024 do 19.12.2024

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Zarządzanie przedsiębiorstwem
Sposób dofinansowania	wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	1. właściciele przedsiębiorstwa 2. kadra zarządzająca 3. kierownicy 4. pracownicy
Minimalna liczba uczestników	1
Maksymalna liczba uczestników	16
Data zakończenia rekrutacji	15-12-2024
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	32
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

Usługa "Marketing w przedsiębiorstwie" przygotowuje uczestnika do skutecznego planowania, wdrażania i monitorowania działań marketingowych, tworzenia strategii promocyjnych dostosowanych do specyfiki rynku i potrzeb

klientów, analizy efektywności kampanii marketingowych przy wykorzystaniu odpowiednich narzędzi, budowania wizerunku marki oraz zarządzania jej komunikacją w różnych kanałach, dostosowywania działań marketingowych do dynamicznie zmieniających się trendów i technologii.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Wiedza: Wyjaśnia podstawowe pojęcia i narzędzia marketingowe, takie jak segmentacja, targeting, pozycjonowanie (STP), model 4P/7P oraz KPI.</p> <p>Wiedza: Wyjaśnia proces tworzenia strategii marketingowej oraz struktury planu marketingowego.</p>	<p>Uczestnik prawidłowo odpowiada na pytania dotyczące kluczowych zagadnień marketingowych, wyjaśnia koncepcje teoretyczne i wskazuje ich praktyczne zastosowanie.</p> <p>Uczestnik prawidłowo odpowiada na pytania dotyczące kluczowych zagadnień marketingowych, wyjaśnia koncepcje teoretyczne i wskazuje ich praktyczne zastosowanie.</p>	<p>Test teoretyczny</p> <p>Test teoretyczny</p>
<p>Wiedza: Charakteryzuje metody analizy rynku i konkurencji, w tym analizę SWOT, benchmarking oraz narzędzia badawcze</p>	<p>Uczestnik prawidłowo odpowiada na pytania dotyczące kluczowych zagadnień marketingowych, wyjaśnia koncepcje teoretyczne i wskazuje ich praktyczne zastosowanie.</p>	<p>Test teoretyczny</p>
<p>Wiedza: Rozumie znaczenie storytellingu, budowania wizerunku marki i zarządzania komunikacją w mediach.</p> <p>Wiedza: Wymienia techniki zarządzania relacjami z klientami (CRM) oraz narzędzia do personalizacji oferty.</p>	<p>Uczestnik prawidłowo odpowiada na pytania dotyczące kluczowych zagadnień marketingowych, wyjaśnia koncepcje teoretyczne i wskazuje ich praktyczne zastosowanie.</p> <p>Uczestnik prawidłowo odpowiada na pytania dotyczące kluczowych zagadnień marketingowych, wyjaśnia koncepcje teoretyczne i wskazuje ich praktyczne zastosowanie.</p>	<p>Test teoretyczny</p> <p>Test teoretyczny</p>
<p>Wiedza: Rozumie znaczenie trendów, takich jak marketing influencerów, Big Data i zrównoważony marketing, w kontekście rozwoju przedsiębiorstwa.</p>	<p>Uczestnik prawidłowo odpowiada na pytania dotyczące kluczowych zagadnień marketingowych, wyjaśnia koncepcje teoretyczne i wskazuje ich praktyczne zastosowanie.</p>	<p>Test teoretyczny</p>
<p>Umiejętności: Opracowuje strategię marketingową uwzględniającą analizę rynku, segmentację klientów i pozycjonowanie marki.</p>	<p>Uczestnik samodzielnie wykonuje ćwiczenia praktyczne, np. opracowuje segmentację rynku, tworzy plan działań marketingowych lub planuje kampanię w mediach cyfrowych.</p>	<p>Test teoretyczny</p>
<p>Umiejętności: Tworzy plan marketingowy, wyznaczając cele, harmonogram działań i budżet.</p>	<p>Uczestnik samodzielnie wykonuje ćwiczenia praktyczne, np. opracowuje segmentację rynku, tworzy plan działań marketingowych lub planuje kampanię w mediach cyfrowych.</p>	<p>Test teoretyczny</p>

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Umiejętności: Prowadzi analizy efektywności kampanii marketingowych za pomocą narzędzi KPI i wskaźników ROI.	Uczestnik samodzielnie wykonuje ćwiczenia praktyczne, np. opracowuje segmentację rynku, tworzy plan działań marketingowych lub planuje kampanię w mediach cyfrowych.	Test teoretyczny
Umiejętności: Projektuje i wdraża kampanie w mediach cyfrowych (np. Google Ads, social media) oraz ocenia ich skuteczność.	Uczestnik samodzielnie wykonuje ćwiczenia praktyczne, np. opracowuje segmentację rynku, tworzy plan działań marketingowych lub planuje kampanię w mediach cyfrowych.	Test teoretyczny
Umiejętności: Tworzy przekaz marketingowy dostosowany do grupy docelowej, wykorzystując techniki storytellingu.	Uczestnik samodzielnie wykonuje ćwiczenia praktyczne, np. opracowuje segmentację rynku, tworzy plan działań marketingowych lub planuje kampanię w mediach cyfrowych.	Test teoretyczny
Kompetencje społeczne: Wykazuje proaktywną postawę w planowaniu i realizacji działań marketingowych.	Uczestnik aktywnie uczestniczy w zadaniach grupowych, wykazuje się zdolnością do współpracy, efektywnej komunikacji oraz zaangażowania w procesy podejmowania decyzji.	Test teoretyczny
Kompetencje społeczne: Dąży do budowania trwałych relacji z klientami, bazując na zasadach etycznych i profesjonalizmie.	Uczestnik aktywnie uczestniczy w zadaniach grupowych, wykazuje się zdolnością do współpracy, efektywnej komunikacji oraz zaangażowania w procesy podejmowania decyzji.	Test teoretyczny
Kompetencje społeczne: Angażuje się w poszukiwanie innowacyjnych rozwiązań oraz wprowadza usprawnienia w działaniach marketingowych.	Uczestnik aktywnie uczestniczy w zadaniach grupowych, wykazuje się zdolnością do współpracy, efektywnej komunikacji oraz zaangażowania w procesy podejmowania decyzji.	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
		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, dokument opisuje uzyskanie kompetencji i zawiera opis efektów uczenia się:

- a. Nazwa kompetencji: Zarządzanie przedsiębiorstwem - marketing
- b. Grupa kompetencji: Kompetencje profesjonalne

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.

Walidacja w oparciu o zaliczenie przez uczestnika testu wiedzy i umiejętności z zakresu tematycznego szkolenia (test wyboru)

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

Tak, dokument potwierdza rozdzielenie tych procesów, ponieważ jest istotne dla zapewnienia przejrzystości, skuteczności i odpowiedzialności za procesy szkoleniowe i procesy kształcenia uczestnika oraz jego końcową walidację.

Program

Dzień 1: Wprowadzenie do marketingu i analiza rynku

8:00 – 10:30 – Podstawy marketingu

- Definicja marketingu i jego rola w przedsiębiorstwie
- Kluczowe pojęcia: segmentacja, targeting, pozycjonowanie (STP)
- Ewolucja marketingu: tradycyjny vs cyfrowy

10:30 – 13:00 – Analiza rynku i konkurencji

- Metody badań rynkowych: jakościowe i ilościowe
- Analiza konkurencji: narzędzia i techniki (Porter, benchmarking)
- Analiza trendów i zachowań konsumenckich

13:00 – 14:00 – Przerwa obiadowa

14:00 – 16:00 – Segmentacja i grupy docelowe

- Segmentacja rynku: kryteria i narzędzia
- Identyfikacja grup docelowych i tworzenie person
- Dopasowanie oferty do potrzeb klientów

Dzień 2: Strategia marketingowa i planowanie działań

8:00 – 10:30 – Budowanie strategii marketingowej

- Elementy strategii marketingowej
- Model 4P/7P w praktyce
- Zasady budowy efektywnego przekazu marketingowego

10:30 – 13:00 – Tworzenie planu marketingowego

- Struktura planu marketingowego
- Wyznaczanie celów marketingowych (metoda SMART)
- Harmonogram działań i alokacja zasobów

13:00 – 14:00 – Przerwa obiadowa

14:00 – 16:00 – Budżetowanie i mierzenie efektywności działań

- Tworzenie budżetu marketingowego
- KPI w marketingu: co i jak mierzyć?
- Narzędzia do analizy ROI

Dzień 3: Marketing cyfrowy i komunikacja w mediach

8:00 – 10:30 – Marketing w mediach cyfrowych

- Kanały cyfrowe: media społecznościowe, e-mail, SEO, SEM

- Content marketing: tworzenie wartościowych treści
- Automatyzacja marketingu (CRM, narzędzia mailingowe)

10:30 – 13:00 – Zarządzanie kampaniami online

- Etapy planowania i realizacji kampanii cyfrowych
- Zarządzanie reklamą w Google Ads i na platformach społecznościowych
- Analiza wyników kampanii online

13:00 – 14:00 – Przerwa obiadowa

14:00 – 16:00 – Komunikacja marki i storytelling

- Budowanie wizerunku marki w mediach
- Zasady skutecznego storytellingu w marketingu
- Case studies: sukcesy i porażki marek

Dzień 4: Zarządzanie relacjami z klientami i trendy w marketingu

8:00 – 10:30 – Zarządzanie relacjami z klientami (CRM)

- Znaczenie budowania relacji z klientami
- Narzędzia CRM i personalizacja oferty
- Obsługa klienta jako element strategii marketingowej

10:30 – 13:00 – Trendy i innowacje w marketingu

- Marketing influencerów i marketing afiliacyjny
- Big Data i analityka predykcyjna w marketingu
- Etyka i zrównoważony marketing

13:00 – 14:00 – Przerwa obiadowa

14:00 – 15:00 – Prezentacja i omówienie rezultatów pracy grupowej

- Opracowanie mini strategii marketingowej na podstawie case study

14:00 – 15:30 Walidacja - test teoretyczny wiedzy i umiejętności z zakresu tematycznego szkolenia

(test wyboru + otwarte zadanie sytuacyjne)

15:30 – 16:00 Podsumowanie i dyskusja nad wdrożeniem działań marketingowych w praktyce

Format Szkolenia:

- Wykłady i prezentacje ekspertów z dziedziny zarządzania zasobami ludzkimi.
- Warsztaty praktyczne i case studies umożliwiające aplikację wiedzy w realnym środowisku pracy.
- Dyskusje grupowe służące refleksji i wymianie doświadczeń
- Analiza
- Test wiedzy.

1 godzina = 60 min (przerwy stanowią koszt kwalifikowany usługi)

Walidacja:

Test teoretyczny wiedzy i umiejętności z zakresu tematycznego szkolenia (test wyboru + otwarte zadanie sytuacyjne).

-czas przeznaczony na wykonanie testu: 30 minut

-próg zaliczenia 50%

-metoda testu: 10 zadań - 9 zadań test wyboru (1pkt), 1 zadanie otwarte (2pkt).

-osoba walidująca: Anna Pałka

Warunki organizacyjne dla przeprowadzanej usługi:

- praca indywidualna
- praca w grupach (grupy 4 lub 5 osobowe w zależności od ilości uczestników)

- praca przy użyciu materiałów biurowych (kartki, mazaki, długopisy, flipczart)
- praca przy użyciu narzędzi elektronicznych (komputer)

Przed rozpoczęciem szkolenia, uczestnik może skorzystać z różnych form, metod i narzędzi, aby uzupełnić i uporządkować dotychczasową wiedzę. Oto kilka sugestii:

1. Wstępne Materiały Edukacyjne

Podręczniki i publikacje: Uczestnik może zapoznać się z rekomendowanymi książkami, artykułami naukowymi lub publikacjami branżowymi, które wprowadzą go w tematykę szkolenia.

2. Kursy Online

Platformy edukacyjne: Skorzystanie z kursów online dostępnych na platformach takich jak Akademia PARP

(<https://www.parp.gov.pl/component/site/site/kursy-online>), które pozwalają na uporządkowanie podstawowej wiedzy z zakresu tematu szkolenia.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 18

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 18 Podstawy marketingu (wykład, prezentacja)	-	16-12-2024	08:00	10:30	02:30
2 z 18 Analiza rynku i konkurencji (analiza)	-	16-12-2024	10:30	13:00	02:30
3 z 18 Przerwa obiadowa	-	16-12-2024	13:00	14:00	01:00
4 z 18 Segmentacja i grupy docelowe (warsztaty, praca w grupach)	-	16-12-2024	14:00	16:00	02:00
5 z 18 Budowanie strategii marketingowej (case study)	-	17-12-2024	08:00	10:30	02:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
6 z 18 Tworzenie planu marketingowego (warsztaty, praca w grupach)	-	17-12-2024	10:30	13:00	02:30
7 z 18 Przerwa obiadowa	-	17-12-2024	13:00	14:00	01:00
8 z 18 Budżetowanie i mierzenie efektywności działań (case study)	-	17-12-2024	14:00	16:00	02:00
9 z 18 Marketing w mediach cyfrowych (wykład, prezentacja)	-	18-12-2024	08:00	10:30	02:30
10 z 18 Zarządzanie kampaniami online (case study)	-	18-12-2024	10:30	13:00	02:30
11 z 18 Przerwa obiadowa	-	18-12-2024	13:00	14:00	01:00
12 z 18 Komunikacja marki i storytelling (case study)	-	18-12-2024	14:00	16:00	02:00
13 z 18 Zarządzanie relacjami z klientami (CRM) (wykład, prezentacja)	-	19-12-2024	08:00	10:30	02:30
14 z 18 Trendy i innowacje w marketingu (warsztat, praca w grupach)	-	19-12-2024	10:30	13:00	02:30
15 z 18 Przerwa obiadowa	-	19-12-2024	13:00	14:00	01:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
16 z 18 Prezentacja i omówienie rezultatów pracy grupowej (case study)	-	19-12-2024	14:00	15:00	01:00
17 z 18 Walidacja - test teoretyczny wiedzy i umiejętności z zakresu tematycznego szkolenia	ANNA PAŁKA	19-12-2024	15:00	15:30	00:30
18 z 18 Podsumowanie i dyskusja nad wdrożeniem działań marketingowych w praktyce (dyskusja grupowa)	-	19-12-2024	15:30	16:00	00:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	6 080,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	4 943,09 PLN
Koszt osobogodziny brutto	190,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	154,47 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1

1 z 1

ANNA PAŁKA



Szkolenia i doradztwo z zakresu strategii przedsiębiorstwa (zarządzanie, prawo, finanse).
Doświadczenie uzyskane przede wszystkim jako prężnie działający przedsiębiorca, który nie boi się zmian. Dzięki zdobytym umiejętnościom skutecznie doradzam by firmy mogły osiągać zamierzone cele biznesowe oraz być konkurencyjne na rynku. Wykształcenie wyższe - studia magisterskie z zakresu zarządzania firmą. Ukończone studia podyplomowe - MBA. Ukończone kursy z zakresu: Księgowości, Ślad węglowego w organizacji, Motywowanie i radzenie sobie ze stresem, Efektywne i asertywne komunikowanie się, Zarządzanie kapitałem ludzkim przedsiębiorstwa gospodarki odpadami w oparciu o kompetencje, Zarządzanie czasem i organizacją pracy własnej. Wieloletni praktyk w ramach BDO i GOZ.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

1. Prezentacje w formie papierowej
2. Prezentacje w postaci projekcji na projektorze (opcjonalnie)
3. Program szkolenia
4. Flipchart

Warunki uczestnictwa

Uczestnik po zakończeniu usługi otrzymuje odpowiednie zaświadczenie/certyfikat. Warunkiem uzyskania zaświadczenia/certyfikatu jest: uczestnictwo w co najmniej 80% zajęć oraz zaliczenie testu końcowego.

Informacje dodatkowe

Każdego dnia usługi będzie prowadzona "Lista obecności", na której będą podpisani uczestnicy usługi oraz trener prowadzący.

Adres

ul. Armii Krajowej 84
21-400 Łuków
woj. lubelskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Bogna Zaborowska

E-mail zaborowskabogna@gmail.com

Telefon (+48) 883 596 883