



## Zintegrowane Zarządzanie Marketingowe: Specjalista ds. Marketingu i Komunikacji Zintegrowanej - Strategia, Narzędzia i Komunikacja

Numer usługi 2024/12/12/52663/2460276

5 000,00 PLN brutto

5 000,00 PLN netto

156,25 PLN brutto/h

156,25 PLN netto/h

PROINVEST  
KRYSZTYAN BAJOR

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 32 h

📅 14.02.2025 do 16.02.2025

## Informacje podstawowe

<b>Kategoria</b>	Biznes / Marketing
<b>Sposób dofinansowania</b>	wsparcie dla osób indywidualnych
<b>Grupa docelowa usługi</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>Osoby, które chcą zmienić swoją ścieżkę zawodową i rozwijać się w obszarze marketingu internetowego, niezależnie od dotychczasowego doświadczenia</li><li>Osoby planujące karierę w marketingu internetowym (studenci, osoby zmieniające ścieżkę zawodową)</li><li>Osoby, które chcą rozwinąć swoje kwalifikacje zawodowe.</li></ul>
<b>Minimalna liczba uczestników</b>	1
<b>Maksymalna liczba uczestników</b>	6
<b>Data zakończenia rekrutacji</b>	13-02-2025
<b>Forma prowadzenia usługi</b>	zdalna w czasie rzeczywistym
<b>Liczba godzin usługi</b>	32
<b>Podstawa uzyskania wpisu do BUR</b>	Certyfikat systemu zarządzania jakością wg. ISO 9001:2015 (PN-EN ISO 9001:2015) - w zakresie usług szkoleniowych

## Cel

### Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje do samodzielnego i efektywnego zarządzania strategiami marketingowymi oraz wdrażania zintegrowanych działań promocyjnych. Szkolenie wyposaża uczestników w umiejętności analizy rynku, tworzenia

skutecznych strategii marketingowych oraz wykorzystywania nowoczesnych narzędzi komunikacyjnych i promocyjnych. Uczestnicy nauczą się projektować i wdrażać kompleksowe działania marketingowe, które uwzględniają różne kanały komunikacji, segmentację rynku oraz dopasowanie oferty do rynku

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

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Rozróżnia segmenty rynku i określa grupy docelowe	Uczestnik identyfikuje kluczowe czynniki wpływające na decyzje konsumentów, klasyfikuje segmenty rynku i uzasadnia wybór odpowiednich grup docelowych.	Test teoretyczny
Definiuje narzędzia analityczne i ocenia ich skuteczność	Uczestnik opisuje wybrane narzędzia analityczne, analizuje dane rynkowe oraz ocenia wyniki działań marketingowych.	Test teoretyczny
Charakteryzuje narzędzia komunikacji marketingowej	Uczestnik definiuje zastosowanie reklamy, public relations, promocji sprzedaży i sprzedaży osobistej oraz ocenia ich efektywność w różnych kontekstach.	Test teoretyczny
Monitoruje trendy rynkowe	Uczestnik analizuje dane dotyczące trendów, ocenia zmieniające się preferencje klientów oraz projektuje strategie dostosowane do dynamicznych warunków rynku.	Test teoretyczny
Projektuje strategię marketingową	Uczestnik opracowuje plan marketingowy z uwzględnieniem celów strategicznych, segmentacji rynku oraz planu działań promocyjnych.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Organizuje działania w zakresie marketingu mix	Uczestnik planuje i dobiera strategie dotyczące produktu, ceny, dystrybucji i promocji w odpowiedzi na potrzeby rynku.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Kontroluje skuteczność działań marketingowych	Uczestnik identyfikuje obszary do poprawy, proponuje rozwiązania zwiększające efektywność działań oraz nadzoruje ich wdrażanie.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Implementuje strategię zintegrowanej komunikacji	Uczestnik planuje i organizuje spójne działania komunikacyjne, wykorzystując różnorodne narzędzia i kanały promocji.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Monitoruje postępy w samorozwoju	Uczestnik wykorzystuje narzędzia wspierające rozwój, analizuje swoje osiągnięcia i określa kolejne kroki doskonalenia zawodowego.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Projektuje kampanie komunikacyjne	Uczestnik definiuje cele kampanii, dobiera kanały komunikacji, formułuje kluczowe przekazy i ocenia ich skuteczność.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Planuje działania promocyjne na różnych kanałach	Uczestnik określa strategię promocji w mediach tradycyjnych i cyfrowych oraz uzasadnia dobór narzędzi komunikacyjnych.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Organizuje kanały dystrybucji	Uczestnik projektuje strukturę kanałów dystrybucji, dobiera ich rodzaj oraz ocenia efektywność ich działania.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Projektuje komunikaty marketingowe	Uczestnik tworzy treści marketingowe dostosowane do potrzeb grup docelowych i uwzględniające różnorodne kanały komunikacji.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uzasadnia wybór strategii komunikacji z klientem	Uczestnik analizuje potrzeby klientów, dobiera odpowiednie narzędzia komunikacyjne oraz formułuje indywidualne oferty.	Wywiad swobodny
Rozpoznaje potrzeby klientów i dopasowuje komunikację	Uczestnik prowadzi rozmowy z klientami, identyfikuje ich potrzeby oraz organizuje działania dostosowane do ich oczekiwań.	Wywiad swobodny
Planuje rozwój zawodowy	Uczestnik analizuje swoje kompetencje, definiuje cele rozwoju zawodowego oraz opracowuje plan ich realizacji.	Wywiad swobodny

## Kwalifikacje

### Inne kwalifikacje

#### Uznane kwalifikacje

Pytanie 4. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kwalifikacji jest rozpoznawalny i uznawalny w danej branży/sektorze (czy certyfikat otrzymał pozytywne rekomendacje od co najmniej 5 pracodawców danej branży/sektorów lub związku branżowego, zrzeszającego pracodawców danej branży/sektorów)?

Tak

#### Informacje

Podstawa prawna dla Podmiotów / kategorii Podmiotów

uprawnione do realizacji procesów walidacji i certyfikowania na mocy innych przepisów prawa

---

<b>Nazwa/Kategoria Podmiotu prowadzącego walidację</b>	PROINVEST KRYSZTYAN BAJOR
<b>Podmiot prowadzący walidację jest zarejestrowany w BUR</b>	Tak
<b>Nazwa/Kategoria Podmiotu certyfikującego</b>	Fundacja My Personality Skills
<b>Podmiot certyfikujący jest zarejestrowany w BUR</b>	Tak

---

## Program

Szkolenie w formie praktyczno-teoretycznej:

### Dzień 1

**10:00 – 12:00**

#### **Moduł 1: Wprowadzenie do Marketingu i Zarządzania Marketingowego**

1. Wprowadzenie do marketingu: definicja, fundamentalne zasady, orientacje w działalności przedsiębiorstw.
2. Otoczenie rynkowe przedsiębiorstwa i jego wpływ na decyzje marketingowe.
3. Badania marketingowe: istota, znaczenie, etapy prowadzenia badań.

**12:00 – 12:15**

Przerwa

**12:15 – 14:15**

#### **Moduł 2: Strategiczne Zarządzanie Rynkiem**

4. Segmentacja rynku i wybór rynku docelowego: kryteria i strategie.
5. Pozycjonowanie i różnicowanie oferty produktowej i usługowej.
6. Koncepcja marketingu mix: formuła 4P, 5P, 7P.

**14:15 – 14:30**

Przerwa

**14:30 – 16:30**

#### **Moduł 3: Produkt i Cena w Marketingu**

7. Produkt w marketingu: charakterystyka i znaczenie.
8. Cena: metody ustalania cen, strategia cenowa w praktyce.

**16:30 – 18:00**

#### **Moduł 4: Dystrybucja i Komunikacja Marketingowa**

9. Dystrybucja: strategie, projektowanie kanałów dystrybucji.
10. Polityka komunikacji marketingowej (promocji): istota, formy i narzędzia.

### Dzień 2

**10:00 – 12:00**

**Moduł 5: Zintegrowana Komunikacja Marketingowa**

11. Zintegrowany system komunikacji marketingowej: koncepcje i narzędzia.

12. Rodzaje i formy reklamy: radiowa, prasowa, telewizyjna, wspomagająca.

**12:00 – 12:15**

Przerwa

**12:15 – 14:15**

**Moduł 5 (ciąg dalszy):**

13. Promocja sprzedaży: konsumencka i handlowa.

14. Sprzedaż osobista i psychologia sprzedaży.

**14:15 – 14:30**

Przerwa

**14:30 – 16:30**

**Moduł 6: Public Relations i Psychologia Komunikacji**

15. Public relations: zewnętrzne i wewnętrzne strategie.

16. Komunikacja werbalna i niewerbalna: bariery i skuteczność.

**16:30 – 18:00**

**Moduł 7: Wpływ Komunikacji na Zachowania Nabywców**

17. Wpływ komunikacji na zachowania nabywców.

18. Synergia miksów promocyjnych i proces komunikacji w przedsiębiorstwie.

**Dzień 3**

**10:00 – 12:00**

**Moduł 8: Marketing Sensoryczny i Nowoczesne Trendy**

19. Marketing sensoryczny: znaczenie w komunikacji.

20. Rejestracja trendów i zjawisk rynkowych: adaptacja do zmian.

**12:00 – 12:15**

Przerwa

**12:15 – 14:45**

**Moduł 8 (ciąg dalszy):**

21. Koncepcje współczesnego marketingu: praktyczne zastosowania.

**14:45 – 15:00**

Przerwa

**15:00 – 17:30**

**Moduł 9: Analiza Przypadków i Narzędzi w Marketingu**

22. Studium przypadku: zastosowanie strategii marketingowej w realnych warunkach.

23. Wykorzystanie narzędzi marketingowych: platformy cyfrowe, analityka, planowanie kampanii.

17:30 – 18:00

## Egzamin – Walidacja

---

1. Usługa szkoleniowa będzie realizowana wg. przelicznika godzin dydaktycznych 1 godzina szkoleniowa = 45 min
2. Jednostki dydaktyczne: Szkolenie prowadzone jest w oparciu o jednostki dydaktyczne. Z tego powodu może wystąpić różnica między łączną liczbą godzin podaną w polu "Liczba godzin usługi" a czasem wykazanym w szczegółowym harmonogramie.
3. Przerwy są wliczone w czas trwania usługi rozwojowej.
4. Ze względu na różne tempo pracy uczestników, możliwe są przesunięcia w przedstawionym harmonogramie, aby zapewnić optymalne przyswojenie materiału przez wszystkich uczestników szkolenia.
5. Uczestnicy będą uczestniczyć w usłudze na własnym sprzęcie komputerowym.
6. Szkolenie prowadzi do nabycia kwalifikacji w zawodzie: Specjalista ds. Marketingu i Komunikacji Zintegrowanej
7. 80% czasu trwania usługi stanowią zajęcia praktyczne, co pozwala uczestnikom na zdobycie realnych umiejętności i doświadczenia
8. Proces walidacji uczestników jest niezależny od procesu szkoleniowego. Osoba prowadząca szkolenie nie bierze udziału w ocenie swoich kursantów w zakresie, którego nauczała. Kończącą walidację przeprowadza inna, niezależna osoba.

# Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 18

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>1 z 18</b> Moduł 1: Wprowadzenie do Marketingu i Zarządzania Marketingowego (Wykład, rozmowa na żywo, chat i współdzielenie ekranu)	Milena Sobczyk	14-02-2025	10:00	12:00	02:00
<b>2 z 18</b> PRZERWA	Milena Sobczyk	14-02-2025	12:00	12:15	00:15
<b>3 z 18</b> Moduł 2: Strategiczne Zarządzanie Rynkiem (Wykład, rozmowa na żywo, chat i współdzielenie ekranu)	Milena Sobczyk	14-02-2025	12:15	14:15	02:00
<b>4 z 18</b> PRZERWA	Milena Sobczyk	14-02-2025	14:15	14:30	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>5 z 18</b> Moduł 3: Produkt i Cena w Marketingu (Wykład, rozmowa na żywo, chat i współdzielenie ekranu)	Milena Sobczyk	14-02-2025	14:30	16:30	02:00
<b>6 z 18</b> Moduł 4: Dystrybucja i Komunikacja Marketingowa (Wykład, rozmowa na żywo, chat i współdzielenie ekranu)	Milena Sobczyk	14-02-2025	16:30	18:00	01:30
<b>7 z 18</b> Moduł 5: Zintegrowana Komunikacja Marketingowa (Wykład, rozmowa na żywo, chat i współdzielenie ekranu)	Milena Sobczyk	15-02-2025	10:00	12:00	02:00
<b>8 z 18</b> PRZERWA	Milena Sobczyk	15-02-2025	12:00	12:15	00:15
<b>9 z 18</b> Moduł 5: Zintegrowana Komunikacja Marketingowa (CIĄG DALSZY) (Wykład, rozmowa na żywo, chat i współdzielenie ekranu)	Milena Sobczyk	15-02-2025	12:15	14:15	02:00
<b>10 z 18</b> PRZERWA	Milena Sobczyk	15-02-2025	14:15	14:30	00:15
<b>11 z 18</b> Moduł 6: Public Relations i Psychologia Komunikacji (Wykład, rozmowa na żywo, chat i współdzielenie ekranu)	Milena Sobczyk	15-02-2025	14:30	16:30	02:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>12 z 18</b> Moduł 7: Wpływ Komunikacji na Zachowania Nabywców (Wykład, rozmowa na żywo, chat i współdzielenie ekranu)	Milena Sobczyk	15-02-2025	16:30	18:00	01:30
<b>13 z 18</b> Moduł 8: Marketing Sensoryczny i Nowoczesne Trendy (Wykład, rozmowa na żywo, chat i współdzielenie ekranu)	Milena Sobczyk	16-02-2025	10:00	12:00	02:00
<b>14 z 18</b> PRZERWA	Milena Sobczyk	16-02-2025	12:00	12:15	00:15
<b>15 z 18</b> Moduł 8: Marketing Sensoryczny i Nowoczesne Trendy (CIĄG DALSZY) (Wykład, rozmowa na żywo, chat i współdzielenie ekranu)	Milena Sobczyk	16-02-2025	12:15	14:45	02:30
<b>16 z 18</b> PRZERWA	Milena Sobczyk	16-02-2025	14:45	15:00	00:15
<b>17 z 18</b> Moduł 9: Analiza Przypadków i Narzędzi w Marketingu (Wykład, rozmowa na żywo, chat i współdzielenie ekranu)	Milena Sobczyk	16-02-2025	15:00	17:30	02:30
<b>18 z 18</b> Egzamin – Walidacja (TEST)	Milena Sobczyk	16-02-2025	17:30	18:00	00:30



# Cennik

## Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 000,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 000,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	156,25 PLN
Koszt osobogodziny netto	156,25 PLN
W tym koszt walidacji brutto	125,00 PLN
W tym koszt walidacji netto	125,00 PLN
W tym koszt certyfikowania brutto	250,00 PLN
W tym koszt certyfikowania netto	250,00 PLN

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

### Milena Sobczyk

Nasza trenerka to doświadczony specjalista w dziedzinie marketingu internetowego, telemarketingu i sprzedaży bezpośredniej, z imponującym 11-letnim stażem w branży sprzedaży i marketingu cyfrowego. W trakcie swojej kariery współpracowała z szeregiem prestiżowych organizacji, w tym Orange Polska S.A., Polcall Sp. z o.o., Contact Center One, TERRANO.PL, TQIT.PL, SAUERSAND, Urząd Gminy Pątnów oraz Sekretariat ZSS im. Władysława Stanisława Reymonta w Pątnowie. Jako trener przeprowadziła ponad 500 godzin szkoleń dla różnorodnych firm i organizacji, w tym Contact Center One, TERRANO, MONUMENT, RAD-GUM, Niezła Jazda, Ecochemical i TOMEX. Ponadto, brała udział w szkoleniu nowych wolontariuszy dla kilku projektów Stowarzyszenia Wiosna, co świadczy o jej zaangażowaniu w działalność społeczną i umiejętności przekazywania wiedzy różnorodnym grupom odbiorców. Dzięki połączeniu bogatego doświadczenia zawodowego z umiejętnością skutecznego przekazywania wiedzy, nasza trenerka gwarantuje szkolenia na najwyższym poziomie. Milena Sobczyk rozwijała swoje kompetencje w zakresie zrównoważonego rozwoju i gospodarki obiegu zamkniętego poprzez ukończenie szkoleń "Zielona transformacja w biznesie" oraz "Cyfryzacja a zrównoważony rozwój". Zdobyła umiejętności pozwalające na projektowanie i wdrażanie rozwiązań wspierających zrównoważoną działalność biznesową, optymalizację procesów z wykorzystaniem technologii cyfrowych oraz integrację strategii GOZ w przedsiębiorstwach.

# Informacje dodatkowe

## Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy szkolenia otrzymają komplet profesjonalnych materiałów edukacyjnych, które obejmują zarówno materiały teoretyczne, jak i praktyczne. W skład zestawu wchodzi:

1. **Szczegółowe skrypty szkoleniowe** – zawierające wiedzę teoretyczną dotyczącą marketingu internetowego w social mediach
2. **Certyfikat ukończenia szkolenia** – potwierdzający zdobycie nowych kwalifikacji, który może być cennym dodatkiem do CV.

Dzięki temu uczestnicy będą mieli dostęp do kompleksowej wiedzy oraz narzędzi niezbędnych do samodzielnej pracy po zakończeniu szkolenia.

## Warunki uczestnictwa

Warunkiem uczestnictwa w szkoleniu jest znajomość podstawowej wiedzy z zakresu marketingu lub sprzedaży

## Informacje dodatkowe

**W przypadku dofinansowania usługi szkoleniowej na poziomie 70 i 80 % jest zwolniona z podatku VAT.**

Podstawa: art. 43 ust.1 pkt 29 lit.c ustawy o VAT oraz §3 ust. 1 pkt 14 rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 20.12.2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień (Dz. U. z 2015, poz. 736)

## Warunki techniczne

Miejsce realizacji usługi: on-line.

Szkolenie będzie przeprowadzane za pośrednictwem platformy ZOOM.

Wymagania sprzętowe:

- Komputer, bądź laptop z aktualną przeglądarką internetową (polecany chrom) - wymagania sprzętowe: Dual Core 2Ghz lub wyższy, 4gb ram (zalecane)
- Smartfon, bądź tablet z systemem Android/iOS (wymagane pobranie aplikacji ZOOM)
- Słuchawki/Głośniki
- Mikrofon
- Dostęp do internetu o preferowanej szybkości min. 1 MB/s

Dołączenie do szkolenia następuje poprzez kliknięcie w przesłany link (dostępny tylko i wyłącznie na czas trwania szkolenia), czas trwania szkolenia przedstawiony jest w harmonogramie.

## Kontakt



**Krystian Bajor**

**E-mail** krystianv6@gmail.com

**Telefon** (+48) 728 310 309