



Strategie Marketingowe i Zarządzanie Rozwojem Mikro Firmy na Rynku – Praktyczne Podejście do Sukcesu Biznesowego

Numer usługi 2024/12/15/174815/2464710

5 100,00 PLN brutto

5 100,00 PLN netto

170,00 PLN brutto/h

170,00 PLN netto/h

TuSięUcz.pl

ELŻBIETA

JĘDRZEJCZYK

Brak ocen dla tego dostawcy

📍 Puławy / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 30 h

📅 27.12.2024 do 29.12.2024

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Zarządzanie przedsiębiorstwem
Sposób dofinansowania	wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Grupą docelową szkolenia "Strategie Marketingowe i Zarządzanie Rozwojem Mikro Firmy na Rynku" są właściciele, menedżerowie oraz pracownicy małych firm i mikroprzedsiębiorstw. Szkolenie skierowane jest do osób odpowiedzialnych za rozwój firmy, marketing, sprzedaż oraz zarządzanie, które chcą zdobyć praktyczną wiedzę i umiejętności potrzebne do skutecznego wdrażania strategii rozwoju i promocji, oraz do zwiększenia konkurencyjności swoich firm na rynku.
Minimalna liczba uczestników	3
Maksymalna liczba uczestników	15
Data zakończenia rekrutacji	26-12-2024
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

Celem szkolenia "Strategie Marketingowe i Zarządzanie Rozwojem Mikro Firmy na Rynku" jest przekazanie uczestnikom praktycznych narzędzi i wiedzy niezbędnej do skutecznego wdrażania strategii marketingowych oraz zarządzania rozwojem mikrofirmy. Uczestnicy nauczą się, jak wykorzystać szanse rynkowe, optymalizować procesy sprzedażowe, budować przewagę konkurencyjną i podejmować decyzje strategiczne, zapewniające sukces biznesowy w zmieniającym się otoczeniu.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik prezentuje strategię marketingową dostosowaną do specyfiki swojej firmy.	Tworzenie skutecznych strategii marketingowych dostosowanych do mikrofirm.	Test teoretyczny
Uczestnik przedstawia przykład wykorzystania analizy rynku do zidentyfikowania nowych szans biznesowych.	Identyfikowanie i wykorzystywanie szans rynkowych w celu zwiększenia konkurencyjności.	Test teoretyczny
Uczestnik prezentuje plan optymalizacji procesów sprzedażowych oraz propozycje działań marketingowych.	Optymalizacja procesów sprzedażowych i budowanie marki na rynku.	Test teoretyczny
Uczestnik przygotowuje plan rozwoju firmy uwzględniający ograniczone zasoby i cele długoterminowe.	Zarządzanie rozwojem firmy przy ograniczonych zasobach.	Test teoretyczny
Uczestnik uzasadnia swoje decyzje strategiczne na podstawie analizy rynku i zasobów firmy.	Podejmowanie trafnych decyzji strategicznych wspierających długoterminowy sukces.	Test teoretyczny
Uczestnik wykazuje znajomość narzędzi digital marketingu, prezentując przykład kampanii online dla firmy.	Zastosowanie narzędzi digital marketingu w promocji i pozyskiwaniu klientów.	Test teoretyczny
Uczestnik demonstruje umiejętności współpracy w zespole, przedstawiając plan działań w zakresie zarządzania relacjami z klientami.	Efektywna współpraca w zespole oraz zarządzanie relacjami z klientami.	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. Zaświadczenia wydawane uczestnikom po odbytych szkoleniach zawierają 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. Zaświadczenie o ukończeniu szkolenia potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane kryteria weryfikacji.

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

Tak. Zaświadczeniu o ukończeniu szkolenia potwierdza, że zarówno proces szkolenia, jak i jego weryfikacja zostały przeprowadzone z uwzględnieniem środków zapewniających niezależność tych etapów.

Program

Moduł 1. Wprowadzenie do marketingu i zarządzania rozwojem mikroprzedsiębiorstwa

1. Wprowadzenie do specyfiki mikroprzedsiębiorstw

- Definicja mikroprzedsiębiorstwa i charakterystyka rynku mikroprzedsiębiorstw
- Wyzwania i możliwości mikroprzedsiębiorstwa na rynku
- Typowe problemy mikroprzedsiębiorstw i kluczowe czynniki sukcesu

2. Podstawy marketingu i jego rola w mikroprzedsiębiorstwie

- Definicja marketingu
- Rola marketingu w rozwoju mikroprzedsiębiorstw
- Podstawowe elementy strategii marketingowej

3. Przegląd narzędzi marketingowych dla mikroprzedsiębiorstw

- Digital marketing: Social media, Google Ads, SEO
- Marketing lokalny i tradycyjny
- Marketing szeptany i influencer marketing w małej skali

Moduł 2. Strategia marketingowa mikroprzedsiębiorstwa

1. Strategia marketingowa: Definicja i kluczowe elementy

- Czym jest strategia marketingowa?
- Proces tworzenia strategii marketingowej dla mikroprzedsiębiorstwa
- Analiza rynku, segmentacja i targetowanie

1. Analiza SWOT w praktyce

- Czym jest analiza SWOT?
- Jak przeprowadzić analizę SWOT dla mikroprzedsiębiorstwa?
- Przykłady i ćwiczenie grupowe: Analiza SWOT wybranej firmy

1. Tworzenie strategii cenowej

- Czynniki wpływające na cenę w mikroprzedsiębiorstwie
- Strategie cenowe: skimming, penetration pricing, pricing based on value
- Ćwiczenia praktyczne: Określanie strategii cenowej

1. Podstawy budowania marki

- Czym jest marka i jak ją zbudować?
- Kluczowe elementy budowania silnej marki dla mikroprzedsiębiorstwa

Moduł 3. Optymalizacja sprzedaży i procesów marketingowych

1. Optymalizacja procesów sprzedażowych

- Jak zorganizować proces sprzedaży w mikroprzedsiębiorstwie?
- Narzędzia wspierające sprzedaż: CRM, automatyzacja
- Przykłady i ćwiczenia: Analiza procesu sprzedażowego

2. Marketing internetowy

- Tworzenie strategii online marketingowej
- SEO i content marketing w mikroprzedsiębiorstwach
- Social media marketing: Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok

3. Personalizacja i marketing relacyjny

- Marketing relacyjny w mikroprzedsiębiorstwie
- Budowanie i utrzymywanie lojalności klientów
- Ćwiczenia: Kreowanie oferty lojalnościowej

Moduł 4. Zarządzanie rozwojem mikroprzedsiębiorstwa

1. Zarządzanie rozwojem firmy przy ograniczonych zasobach

- Planowanie rozwoju firmy w mikro skali
- Zarządzanie finansami i zasobami ludzkimi w małych firmach
- Studium przypadku: Planowanie rozwoju mikroprzedsiębiorstwa

2. Pozyskiwanie inwestycji i finansowanie mikroprzedsiębiorstwa

- Źródła finansowania dla mikroprzedsiębiorstwa
- Dotacje, pożyczki, crowdfunding
- Jak przygotować prezentację dla inwestorów?

3. Kryzysowe zarządzanie firmą

- Jak zarządzać firmą w trudnych czasach?
- Przykłady mikroprzedsiębiorstw w kryzysie
- Tworzenie planu awaryjnego i minimalizacja ryzyka

4. Zarządzanie czasem i efektywnością w mikroprzedsiębiorstwach

- Techniki zarządzania czasem
- Narzędzia do zarządzania projektami
- Ćwiczenia: Planowanie dnia pracy

Moduł 5. Podsumowanie, działania praktyczne i sesja Q&A

1. Zastosowanie narzędzi marketingowych w mikroprzedsiębiorstwach

- Przykłady wykorzystania narzędzi marketingowych w praktyce
- Kreowanie planu marketingowego dla mikroprzedsiębiorstwa
- Ćwiczenia grupowe: Tworzenie kampanii marketingowej

2. Przygotowanie indywidualnych planów rozwoju firmy

- Jak opracować indywidualny plan rozwoju mikroprzedsiębiorstwa?
- Przykłady planów rozwoju dla różnych branż
- Warsztaty: Tworzenie indywidualnych planów

3. Sesja pytań i odpowiedzi

- Otwarte pytania i odpowiedzi na temat wyzwań i problemów uczestników
- Rozwiązywanie problemów indywidualnych uczestników

4. Podsumowanie szkolenia i wręczenie certyfikatów

- Podsumowanie najważniejszych tematów szkolenia
- Wręczenie certyfikatów ukończenia szkolenia

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 25

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 25 Moduł 1. Wprowadzenie do marketingu i zarządzania rozwojem mikroprzedsiębiorstwa	Elżbieta Jędrzejczyk	27-12-2024	08:00	10:00	02:00
2 z 25 Podstawy marketingu i jego rola w mikroprzedsiębiorstwie	Elżbieta Jędrzejczyk	27-12-2024	10:00	11:00	01:00
3 z 25 Przerwa	Elżbieta Jędrzejczyk	27-12-2024	11:00	11:15	00:15
4 z 25 Przegląd narzędzi marketingowych dla mikroprzedsiębiorstw	Elżbieta Jędrzejczyk	27-12-2024	11:15	13:15	02:00
5 z 25 Przerwa	Elżbieta Jędrzejczyk	27-12-2024	13:15	13:45	00:30
6 z 25 Moduł 2. Strategia marketingowa mikroprzedsiębiorstwa	Elżbieta Jędrzejczyk	27-12-2024	13:45	15:00	01:15
7 z 25 Strategia marketingowa: Definicja i kluczowe elementy	Elżbieta Jędrzejczyk	27-12-2024	15:00	17:00	02:00
8 z 25 Analiza SWOT w praktyce	Elżbieta Jędrzejczyk	27-12-2024	17:00	18:00	01:00
9 z 25 Analiza SWOT w praktyce cd.	Elżbieta Jędrzejczyk	28-12-2024	08:00	10:00	02:00
10 z 25 Case study - Analiza SWOT wybranej firmy	Elżbieta Jędrzejczyk	28-12-2024	10:00	11:00	01:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
11 z 25 Przerwa	Elżbieta Jędrzejczyk	28-12-2024	11:00	11:15	00:15
12 z 25 Tworzenie strategii cenowej	Elżbieta Jędrzejczyk	28-12-2024	11:15	13:00	01:45
13 z 25 Ćwiczenia praktyczne: Określanie strategii cenowej	Elżbieta Jędrzejczyk	28-12-2024	13:00	14:00	01:00
14 z 25 Przerwa	Elżbieta Jędrzejczyk	28-12-2024	14:00	14:30	00:30
15 z 25 Podstawy budowania marki	Elżbieta Jędrzejczyk	28-12-2024	14:30	15:30	01:00
16 z 25 Moduł 3. Optymalizacja sprzedaży i procesów marketingowych	Elżbieta Jędrzejczyk	28-12-2024	15:30	18:00	02:30
17 z 25 Optymalizacja procesów sprzedażowych	Elżbieta Jędrzejczyk	29-12-2024	08:00	10:00	02:00
18 z 25 Marketing internetowy	Elżbieta Jędrzejczyk	29-12-2024	10:00	11:00	01:00
19 z 25 Przerwa	Elżbieta Jędrzejczyk	29-12-2024	11:00	11:15	00:15
20 z 25 Personalizacja i marketing relacyjny	Elżbieta Jędrzejczyk	29-12-2024	11:15	12:00	00:45
21 z 25 Moduł 4. Zarządzanie rozwojem mikroprzedsiębiorstwa	Elżbieta Jędrzejczyk	29-12-2024	12:00	14:00	02:00
22 z 25 Przerwa	Elżbieta Jędrzejczyk	29-12-2024	14:00	14:30	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
23 z 25 Ćwiczenia - Zarządzanie czasem i efektywnością w mikroprzedsiębiorstwach	Elżbieta Jędrzejczyk	29-12-2024	14:30	15:30	01:00
24 z 25 Moduł 5. Podsumowanie, działania praktyczne i sesja Q&A	Elżbieta Jędrzejczyk	29-12-2024	15:30	17:00	01:30
25 z 25 Walidacja	-	29-12-2024	17:00	18:00	01:00

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 100,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 100,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	170,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	170,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Elżbieta Jędrzejczyk

Od niemal dekady pracuje w charakterze Pełnomocnika ds. Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Posiada wieloletnie doświadczenie w przygotowywaniu i wdrażaniu zintegrowanych systemów zarządzania oraz przeprowadzaniu audytów wewnętrznych. Uzyskała tytuł licencjata po studiach na Politechnice Lubelskiej na kierunku zarządzanie.

Posiada uprawnienia audytora wewnętrznego zintegrowanego systemu zarządzania oraz zaświadczenie o kwalifikacjach zawodowych na stanowisku specjalisty ds. controllingu. Pasjonuje się marketingiem internetowym.

Prowadzi szkolenia w zakresie: przygotowywania firmy do wdrożenia i przeprowadzania audytów w

zakresie normy ISO 9001:2015, obsługi pakietu Office oraz marketingu internetowego i obsługi profili firmowych w social media.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

W ramach realizacji szkolenia uczestnicy otrzymują materiały merytoryczne w postaci skryptów.

Warunki uczestnictwa

Wymagalny minimalny staż pracy wynoszący co najmniej 1 miesiąc.

Koszt szkolenia nie zawiera kosztów dojazdu, zakwaterowania oraz wyżywienia, a także kosztów środków trwałych.

Informacje dodatkowe

Usługa zwolniona z VAT na podstawie §3 ust.1 pkt 14 rozporządzenia 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 r., poz.736)

Adres

ul. Wojska Polskiego 8a
24-100 Puławy
woj. lubelskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja

Kontakt



Elżbieta Jędrzejczyk

E-mail tusieucz.pl@gmail.com

Telefon (+48) 509 353 004