



Centrum Organizacji
Szkoleń i
Konferencji SEMPER
Magdalena
Wolniewicz-Kesaria

★★★★☆ 4,5 / 5
2 549 ocen

Promocja miast i regionów w praktyce. Warsztaty budowania wizerunku, przygotowania strategii marketingu terytorialnego oraz skutecznego pozyskiwania turystów i inwestorów.

Numer usługi 2025/03/20/8282/2638552

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 12 h

📅 19.02.2026 do 20.02.2026

1 586,70 PLN brutto

1 290,00 PLN netto

132,23 PLN brutto/h

107,50 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Przedstawiciele jednostek samorządu terytorialnego, Dyrektorzy departamentów promocji miast i regionów, specjaliści ds. PR, specjaliści ds. Marketingu i Promocji miast i regionów, pracownicy wydziałów promocji w samorządach miast, gmin i regionów, rzecznicy prasowi instytucji publicznych oraz wszystkie osoby zainteresowane omawianą podczas szkolenia tematyką.

Minimalna liczba uczestników

2

Maksymalna liczba uczestników

15

Data zakończenia rekrutacji

18-02-2026

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

Liczba godzin usługi

12

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Znak Jakości TGLS Quality Alliance

Cel

Cel edukacyjny

Usługa ma na celu nabycie kompetencji w zakresie budowania wizerunku, przygotowania strategii marketingu terytorialnego oraz skutecznego pozyskiwania turystów i inwestorów.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Kompetencje społeczne: - ocenia jak odpowiednio reagować w różnych sytuacjach związanych z wykonywanym zawodem - identyfikuje własny styl uczenia się i wybiera sposoby dalszego kształcenia, - określa znaczenie komunikacji interpersonalnej oraz potrafi prawidłowo identyfikować i rozstrzygać dylematy związane z wykonywaniem zawodu.	- Umiejętność dostosowania reakcji do różnorodnych kontekstów zawodowych - Wybór adekwatnych metod do dalszego kształcenia.	Wywiad swobodny

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

- szkolenie trwa 2 dni (łącznie 12h) i możesz w nim uczestniczyć z dowolnego miejsca dołączając do wirtualnego pokoju konferencyjnego wykorzystując urządzenie z dostępem do internetu
- zajęcia odbywają się w godzinach 09.00-15.00 każdego dnia według harmonogramu:

Dzień I

Godz.09:00-10.30-szkolenie (rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu, ćwiczenia)

1. Wstęp

-Przedstawienie trenera prowadzącego, podanie tematu i zagadnień

-Określenie celów szkoleniowych,

-Przedstawienie uczestników, zapoznanie z oczekiwaniami

-Logistyka szkolenia: czasokres, przerwy,

-Ćwiczenie wprowadzające w temat, dyskusja i podsumowanie

Godz.10:30 -10.40 -przerwa

Godz. 10.40-12.00 -szkolenie (rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu, ćwiczenia)

2. Rozwinięcie określenia: marketing terytorialny

-Pojęcie marketingu terytorialnego

-Miejsce promocji w strukturach regionu

-Superprodukt, megaprodukt – określenie miasta/regionu/miejsca

-Do kogo kierujemy przekaz marketingowy, do jakich grup, segmentów – końcowi zainteresowani wizerunkiem i promocją,

-Strategia promocji miast i regionów

Godz.12.00-12.20 -przerwa

Godz.12:20-13.30 -szkolenie (rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu, ćwiczenia)

3. Promocja regionu jako część wchodząca w skład marketingu terytorialnego

-Konkurencyjność regionów i jego wpływ na efekt końcowy kampanii

promocyjnej – czynniki konkurencyjności

-Walory regionu/miejsca

-Skuteczność działań promocyjnych , a istniejąca misja i strategia

-Marketing mix w ujęciu budowania promocji i wizerunku regionu/powiatu/województwa

-Aktualny wizerunek regionu/miasta

-Etapu kształtowania wizerunku regionu/terytorium

-Istniejące opinie, poglądy, stereotypy i uprzedzenia na temat regionu i jego atrakcyjności

-Etapu procesu promocji i budowania wizerunku

Godz.13.30-13.40 -przerwa

Godz.13.40-15.00 -szkolenie (rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu, ćwiczenia)

4. Kryterium funkcji jaką pełni region wobec otoczenia biznesowo-turystycznego

-Narzędzia kształtowania wizerunku w odniesieniu do otoczenia

-Elementy materialne i niematerialne regionu/okolicy

-Marketing mix, a promocja regionu, elementy marketingu mix

-Marketing terytorialny, a lokalny system polityczno-gospodarczy

Dzień II

Godz.09:00-10.30-szkolenie (rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu, ćwiczenia)

5. Wizerunek jako efekt podejmowanych działań promocyjnych w regionie

-Istniejący w świadomości odbiorców wizerunek regionu

-Różnice pomiędzy tożsamością, a wizerunkiem

-Kształtowanie wizerunku

-Odbiorcy działań promocyjnych w regionie, a jego wizerunek w ich oczach

Godz.10:30 -10.40 -przerwa

Godz. 10.40-12.00 -szkolenie (rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu, ćwiczenia)

6. Charakterystyka grup odbiorców działań promocyjnych

-Kryteria wyboru adresatów promocji

-Działania promocyjne skierowane do mieszkańców regionu

-Cele działań promocyjnych nakierowanych na turystów

-Cele działań promocyjnych nakierowanych na inwestorów, instytucje, organizacje

-Instrumenty promocyjne – kreatywność i innowacyjność w cenie! (hasło, logo, flaga, kolorystyka, idea) - „Dla każdego coś trawnego, potrzebnego i miłego”

Godz.12.00-12.20 -przerwa

Godz.12:20-13.30 -szkolenie (rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu, ćwiczenia)

7. Budowa kampanii promocyjnej, strategii promocji dla regionu/terenu, sposoby i kanały komunikacyjne

-Zaprojektowanie założeń

-Cele strategiczne – od czego zacząć?

-Przygotowanie planu marketingowego

-Region jako marka, identyfikator, skojarzenia

-Ustalenie harmonogramu pracy i zasobów ludzkich i materiałowych

Godz.13.30-13.40 -przerwa

Godz.13.40-14.45 -szkolenie (rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu, ćwiczenia)

8. Badania fokusowe, panele, media i inne instrumenty głośzące: „dobra nowinę” o regionie i mieście.

-Niestandardowe instrumenty, metody i sposoby promocji (nowe usługi, nowe produkty, nowe sposoby

-Pomiar rezultatów kampanii promocyjnej regionu/miasta

-Monitoring zaplanowanych i realizowanych działań częściowych

-Przełożenie działań i wykorzystanie instrumentów na korzyści dla mieszkańców, inwestorów i turystów w regionie

9. Część warsztatowa

-Najlepsze praktyki z regionów, miast i gmin.

Metody warsztatowe:

- Analizy przypadków

- Ćwiczenia w parach

- Gry zespołowe

- Dyskusje moderowane

- „Burza mózgów”

- Metody rozwiązywania problemów wykorzystane w odniesieniu do tematu

- Mini wykład

- Pytania i odpowiedzi

Godz.14.45-14.50 - ankieta ewaluacyjna

Godz.14.50-15.00 – podsumowanie i zakończenie szkolenia

Szkolenie będzie realizowane w wymiarze 12-godzinnym, gdzie 1 godzina odpowiada godzinie zegarowej (60min.)

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 2

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 2 Promocja miast i regionów w praktyce. Warsztaty budowania wizerunku, przygotowania strategii marketingu terytorialnego oraz skutecznego pozyskiwania turystów i inwestorów.	Trener SEMPER	19-02-2026	09:00	15:00	06:00
2 z 2 Promocja miast i regionów w praktyce. Warsztaty budowania wizerunku, przygotowania strategii marketingu terytorialnego oraz skutecznego pozyskiwania turystów i inwestorów.	Trener SEMPER	20-02-2026	09:00	15:00	06:00

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	1 586,70 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 290,00 PLN

Koszt osobogodziny brutto

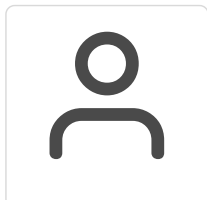
132,23 PLN

Koszt osobogodziny netto

107,50 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Trener SEMPER

Trener Centrum Organizacji Szkoleń i Konferencji SEMPER

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

- otrzymujesz certyfikat wydany przez jedną z wiodących firm szkoleniowych w Polsce
- materiały szkoleniowe w wersji elektronicznej
- masz dostęp do konsultacji poszkoleniowych w formie e-mail do 4 tygodni po zrealizowanym szkoleniu
- otrzymujesz indywidualną kartę rabatową upoważniającą do 10% zniżki na wszystkie kolejne szkolenia stacjonarne i online organizowane przez Centrum Organizacji Szkoleń i Konferencji SEMPER

Warunki uczestnictwa

Dla jednostek budżetowych finansujących udział w szkoleniu w minimum 70% lub w całości ze środków publicznych stawka podatku VAT = zw.

Usługa będzie rejestrowana w celu kontroli i audytu. Wizerunek uczestników szkolenia będzie rejestrowany.

Informacje dodatkowe

Metody pracy podczas szkolenia on-line:

- wygodna forma szkolenia - wystarczy dostęp do urządzenia z internetem (komputer, tablet, telefon), słuchawki lub głośniki i ulubiony fotel
- szkolenie realizowane jest w nowoczesnej formie w wirtualnym pokoju konferencyjnym i kameralnej grupie uczestników
- bierzesz udział w pełnowartościowym szkoleniu - Trener prowadzi zajęcia "na żywo" - widzisz go i słyszysz
- pokaz prezentacji, ankiet i ćwiczeń widzisz na ekranie swojego komputera w czasie rzeczywistym.
- podczas szkolenia Trener aktywizuje uczestników zadając pytania, na które można odpowiedzieć w czasie rzeczywistym
- otrzymujesz certyfikat wydany przez jedną z wiodących firm szkoleniowych w Polsce
- masz dostęp do konsultacji poszkoleniowych w formie e-mail do 4 tygodni po zrealizowanym szkoleniu
- otrzymujesz indywidualną kartę rabatową upoważniającą do 10% zniżki na wszystkie kolejne szkolenia stacjonarne i online organizowane przez Centrum Organizacji Szkoleń i Konferencji SEMPER

Warunki techniczne

1. Platforma /rodzaj komunikatora, za pośrednictwem którego prowadzona będzie usługa - Platforma Zoom (<https://zoom-video.pl/>)

2. **Minimalne wymagania sprzętowe, jakie musi spełniać komputer Uczestnika lub inne urządzenie do zdalnej komunikacji** - komputer, laptop lub inne urządzenie z dostępem do internetu
3. **Minimalne wymagania dotyczące parametrów łącza sieciowego, jakim musi dysponować Uczestnik** - minimalna prędkość łącza: 512 KB/sek
4. **Niezbędne oprogramowanie umożliwiające Uczestnikom dostęp do prezentowanych treści i materiałów** - komputer, laptop lub inne urządzenie z dostępem do internetu. Nie ma potrzeby instalowania specjalnego oprogramowania.
5. **Okres ważności linku umożliwiającego uczestnictwo w spotkaniu on-line** - do momentu zakończenia szkolenia
6. Potrzebna jest zainstalowana najbardziej aktualna oficjalna wersja jednej z przeglądarek: **Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, Edge lub Opera**. Procesor dwurdzeniowy 2GHz lub lepszy (zalecany czterordzeniowy); 2GB pamięci RAM (zalecane 4GB lub więcej); System operacyjny taki jak Windows 8 (zalecany Windows 10), Mac OS wersja 10.13 (zalecana najnowsza wersja), Linux, Chrome OS. Łącze internetowe o minimalnej przepustowości do zapewnienia transmisji dźwięku 512Kb/s, zalecane min. 2 Mb/s oraz min. 1 Mb/s do zapewnienia transmisji łącznie dźwięku i wizji, zalecane min. 2,5 Mb/s.

Kontakt



Angelika Poznańska

E-mail info@szkolenia-semper.pl

Telefon (+48) 570 590 060