

APS Piotr Olgierd
Sułkowski**Szkolenie: MARKETING I SPRZEDAŻ W
GOSPODARCE CYFROWEJ**

Numer usługi 2025/03/24/36960/2645480

📍 Suchedniów / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 20 h

📅 24.04.2025 do 25.04.2025

3 900,00 PLN brutto

3 900,00 PLN netto

195,00 PLN brutto/h

195,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Sposób dofinansowania	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Szkolenie dedykowane jest wszystkim osobom, które chcą zarządzać transformacją cyfrową z elementami wpływu społecznego. Szczególnie skorzystają na nim: menadżerowie sprzedaży sprzedawcy / handlowcy oraz wszystkie osoby, które na co dzień mają do czynienia ze sprzedażą i marketingiem. Od uczestników szkolenia nie jest wymagana wiedza ani uprzednie doświadczenie związane ze sprzedażą. Wymagane są natomiast podstawowe umiejętności komunikacyjne.
Minimalna liczba uczestników	5
Maksymalna liczba uczestników	20
Data zakończenia rekrutacji	23-04-2025
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	20
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

Szkolenie przygotowuje do prowadzenia skutecznego marketingu i sprzedaży z wykorzystaniem narzędzi cyfrowych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Tworzy marketing i sprzedaż w internecie	Wymienia przykłady stosowania nowoczesnych narzędzi cyfrowych w budowaniu marketingu mix oraz wskaźniki efektywności.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Charakteryzuje zasady i przykłady skutecznej komunikacji z wykorzystaniem mediów społecznościowych i kampanii internetowych.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Charakteryzuje pojęcia nowoczesnego marketingu cyfrowego (np. real time marketing, mobile marketing, e-mail marketing, programmatic/RTB i inne)	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Identyfikuje metody i narzędzi angażowania klientów w proces kreowania wartości i personalizacji produktów/ usług (np. konfiguratorzy produktów online)	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Ocenia strategię e-marketingu	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Poprawnie interpretuje wskaźniki i ocenia efekty działań marketingu cyfrowego	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Identyfikuje właściwe narzędzia marketingu internetowego do odpowiedniej sytuacji rynkowej i przyjętego modelu biznesowego	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

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

Tak, dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji -zaświadczenie- 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?

Tak, dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji -zaświadczenie- 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?

Tak, dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji -zaświadczenie- potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji.

Program

Dzień 1

- Wprowadzenie do marketingu
- Klient - potrzeby, popyt, produkt, jakość, zadowolenie klienta pytanie czy znak swoje klienta?
- Rodzaje marketing np.: business-to-consumer (B2C), business-to-business (B2B), marketing mix, nowoczesny marketing cyfrowy
- Funkcje marketingu, marketingowe mity
- Trójkąt strategiczny w marketingu - preferencje, koszty, realizacja (proces marketingowy), racja bytu (rynki i grupy docelowe)
- Badania marketingowe i ich rola we współczesnym marketingu; Czynniki wpływające na marketingu i sprzedaż
- Analiza SWOT
- Strategia: czym jest strategia?, ideał marketingowy, zasady sukcesu rynkowego, strategiczne jednostki biznesowe i rynki docelowe, decyzje strategiczne, pozycjonowanie strategiczne, dodaje strategii e-marketingu

Dzień 2

- Media społecznościowe w marketingu-mix - rodzaje i strategię
- Wskaźniki efektywności działań marketingowych
- Profil klienta
- Metody i narzędzia angażowania klienta
- Kreowanie wartości, personalizacja produktów jako narzędzia marketingowe
- Zasady skutecznej komunikacji

Walidacja

Prowadzone w ramach szkolenia zajęcia będą realizowane metodami interaktywnymi i aktywizującymi, rozumianymi jako metody umożliwiające uczenie się w oparciu o doświadczenie i pozwalające uczestnikom na ćwiczenie umiejętności.

Warunki organizacyjne: W celu osiągnięcia maksymalizacji efektów szkolenia, grupa uczestników powinna wynosić minimum 3osoby.

Szkolenie trwa 19 godzin dydaktycznych . Maksymalna ilość osób w grupie wynosi 20. Realizacja zadań i ćwiczeń będzie przeprowadzona w taki sposób, aby stopniowo narastał ich stopień trudności, ale ich realizacja była w zasięgu możliwości uczestników. Szkolenie przewiduje pracę całej grupy, jak również w podziale na grupy.

Uczestnicy w trakcie każdego dnia szkoleniowego trwającego więcej niż 4 godziny mają prawo do co najmniej 1 przerwy, trwającej co najmniej 15 minut. Przerwy wliczają się w czas trwania usługi. Przerwy ustalone będą z uczestnikami.

Po zakończeniu udziału w usłudze rozwojowej, uczestnik otrzymuje odpowiednie zaświadczenie o jej ukończeniu.

Warunkiem uzyskania zaświadczenia jest uczestnictwo w co najmniej 80% zajęć usługi rozwojowej oraz zaliczenie zajęć w formie testu.

1 godzina rozliczeniowa = 45 minut dydaktycznych.

Zajęcia trwać będą 20 godzin dydaktycznych czyli 15 godzin zegarowych.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 16

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 16 Wprowadzenie do marketingu Klient - potrzeby, popyt, produkt, jakość, zadowolenie klienta pytanie czy znak swoje klienta?	Agnieszka Bannach	24-04-2025	09:00	10:00	01:00
2 z 16 Rodzaje marketing np.: business-to-consumer (B2C), business-to-business (B2B), marketing mix, nowoczesny marketing cyfrowy	Agnieszka Bannach	24-04-2025	10:00	11:00	01:00
3 z 16 Funkcje marketingu, marketingowe mity	Agnieszka Bannach	24-04-2025	11:00	12:00	01:00
4 z 16 Trójkąt strategiczny w marketingu - preferencje, koszty, realizacja (proces marketingowy), racja bytu (rynki i grupy docelowe)	Agnieszka Bannach	24-04-2025	12:00	13:00	01:00
5 z 16 Przerwa	Agnieszka Bannach	24-04-2025	13:00	13:15	00:15
6 z 16 Badania marketingowe i ich rola we współczesnym marketingu; Czynniki wpływające na marketing i sprzedaż	Agnieszka Bannach	24-04-2025	13:15	14:00	00:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
7 z 16 Analiza SWOT	Agnieszka Bannach	24-04-2025	14:00	15:00	01:00
8 z 16 Strategia: czym jest strategia?, ideał marketingowy, zasady sukcesu rynkowego, strategiczne jednostki biznesowe i rynki docelowe, decyzje, pozycjonowanie	Agnieszka Bannach	24-04-2025	15:00	17:00	02:00
9 z 16 Media społecznościowe w marketingu - mix - rodzaje i strategię	Agnieszka Bannach	25-04-2025	08:00	09:00	01:00
10 z 16 Wskaźniki efektywności działań marketingowych	Agnieszka Bannach	25-04-2025	09:00	10:00	01:00
11 z 16 Profil klienta	Agnieszka Bannach	25-04-2025	10:00	11:00	01:00
12 z 16 Metody i narzędzia angażowania klienta	Agnieszka Bannach	25-04-2025	11:00	12:00	01:00
13 z 16 Kreowanie wartości, personalizacja produktów jako narzędzia marketingowe	Agnieszka Bannach	25-04-2025	12:00	13:00	01:00
14 z 16 Przerwa	Agnieszka Bannach	25-04-2025	13:00	13:15	00:15
15 z 16 Zasady skutecznej komunikacji	Agnieszka Bannach	25-04-2025	13:15	14:30	01:15
16 z 16 Test końcowy	Agnieszka Bannach	25-04-2025	14:30	15:00	00:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	3 900,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	3 900,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	195,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	195,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Agnieszka Bannach

Agnieszka Bannach - akredytowany trener AgilePM oraz VCC. Wykładowca na Uniwersytecie WSB Merito w Poznaniu oraz kilkakrotny gość na Uniwersytecie im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. Praktyk w zarządzaniu projektami, w szczególności związanymi z branżą eventową. Współpracuje z różnymi organizacjami pozarządowymi oraz z mikro i małymi firmami, w zakresie prowadzenia projektów, przeprowadzania szkoleń związanych z zarządzaniem projektem, organizacją czasu, budowaniem zespołu i wprowadzania zmian w przedsiębiorstwie (w tym transformacje cyfrowe).

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnikom zostaną przekazane materiały dydaktyczne w postaci prezentacji powerpoint, materiały przygotowane przez trenera, ankiety, testy. Materiały zgodne ze standardem WCAG 2.1.

Informacje dodatkowe

Zwolnienie z VAT na podstawie § 3 ust. 1 pkt 14 Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20 grudnia 2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień (tekst jednolity Dz.U. z 2020r., poz. 1983)

Organizator zapewnia dostępność osobom ze szczególnymi potrzebami podczas realizacji usług rozwojowych zgodnie z Ustawą z dnia 19 lipca 2019 r. o zapewnianiu dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami (Dz.U. 2022 poz. 2240) oraz „Standardami dostępności dla polityki spójności 2021-2027”.

W przypadku potrzeby zapewnienia specjalnych udogodnień prosimy o kontakt pod numerem 500 026 554 lub mailem na psulkowski@gmail.com przed zapisem na usługę!

Adres

ul. Harcerska 12
26-130 Suchedniów
woj. świętokrzyskie

Kontakt



Piotr Sułkowski

E-mail psulkowski@gmail.com

Telefon (+48) 500 026 554