



UNICO SP. Z O.O.



Unico Marketing: Strategiczne Zarządzanie Marketingiem – narzędzia, metody analizy, wdrożenia. Trzydniowe szkolenie ze skutecznej realizacji strategii marketingowej

Numer usługi 2025/05/06/160223/2728039

zdalna w czasie rzeczywistym

Usługa szkoleniowa

33 h

16.06.2025 do 18.06.2025

3 960,00 PLN brutto

3 960,00 PLN netto

120,00 PLN brutto/h

120,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Sposób dofinansowania	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Szkolenie jest skierowane do: • Specjalistów ds. marketingu, którzy chcą pogłębić swoją wiedzę w zakresie strategii marketingowej i skutecznego planowania działań marketingowych. • Managerów i liderów zespołów marketingowych, którzy odpowiadają za budowanie strategii marketingowych w organizacji i ich wdrażanie. • Osób planujących rozwój kariery w marketingu, które chcą zdobyć praktyczne umiejętności w zakresie analizy rynku, segmentacji klientów i planowania działań marketingowych. Szkolenie jest odpowiednie zarówno dla osób z podstawową wiedzą o marketingu, jak i dla tych, którzy chcą usystematyzować oraz rozszerzyć swoje kompetencje w zakresie strategii marketingowej.
Minimalna liczba uczestników	1
Maksymalna liczba uczestników	6
Data zakończenia rekrutacji	15-06-2025
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	33

Cel

Cel edukacyjny

Szkolenie przygotowuje uczestników do samodzielnego opracowywania i wdrażania strategii marketingowej, uwzględniając analizę rynku, konkurencji oraz identyfikację grupy docelowej. Szkolenie prowadzi do skutecznego wykorzystania narzędzi marketingowych, w tym analizy SWOT, benchmarkingu, segmentacji rynku oraz planowania i optymalizacji działań marketingowych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Analizuje i ocenia strategię marketingową firmy.	Identyfikuje kluczowe elementy skutecznej strategii marketingowej.	Wywiad ustrukturyzowany
	Charakteryzuje różnice między marketingiem operacyjnym a strategicznym.	Wywiad ustrukturyzowany
	Opracowuje analizę SWOT do oceny pozycji rynkowej firmy.	Obserwacja w warunkach symulowanych Wywiad swobodny
Przeprowadza analizę konkurencji i segmentację rynku.	Wykorzystuje narzędzia analizy konkurencji	Obserwacja w warunkach symulowanych Wywiad swobodny
	Definiuje kryteria segmentacji rynku	Wywiad ustrukturyzowany
	Tworzy profile klientów na podstawie segmentacji rynku.	Obserwacja w warunkach symulowanych
		Wywiad swobodny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Tworzy i wdraża strategię marketingową.	Planuje strategię marketingową dostosowaną do celów biznesowych organizacji.	Obserwacja w warunkach symulowanych
		Wywiad swobodny
	Dobiera odpowiednie kanały komunikacji i metody promocji.	Obserwacja w warunkach symulowanych
		Wywiad swobodny
	Opracowuje plan działań marketingowych i monitoruje jego realizację.	Obserwacja w warunkach symulowanych
		Wywiad swobodny
Planuje i optymalizuje budżet marketingowy.	Określa budżet na działania marketingowe.	Obserwacja w warunkach symulowanych
		Wywiad swobodny
	Optymalizuje koszty działań marketingowych.	Obserwacja w warunkach symulowanych
		Wywiad swobodny
	Wymienia narzędzia do automatyzacji i analizy działań marketingowych.	Wywiad ustrukturyzowany

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

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

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

Program

Podany termin szkolenia ma charakter orientacyjny. Po zapisie termin zostanie uzgodniony, aby jak najlepiej dopasować go do potrzeb Uczestnika.

Skuteczne zarządzanie strategią marketingową pozwala na budowanie przewagi konkurencyjnej i osiągnięcie zamierzonych celów biznesowych. Szkolenie to praktyczne podejście do analizy rynku, określania grupy docelowej oraz wdrażania efektywnych działań marketingowych.

Podczas kursu omówione zostaną sprawdzone metody, takie jak analiza SWOT, benchmarking konkurencji, segmentacja rynku oraz planowanie i realizacja strategii marketingowej. Praktyczne warsztaty i analiza studiów przypadków umożliwią skuteczne zastosowanie zdobytej wiedzy w codziennej pracy.

Dzień 1:

Marketing strategiczny – wprowadzenie

- Rola strategii marketingowej w sukcesie firmy
- Różnice między marketingiem operacyjnym a strategicznym
- Trendy w marketingu strategicznym

Strategia marketingowa – kluczowe elementy

- Kluczowe składniki skutecznej strategii marketingowej
- Przykłady udanych strategii marketingowych
- Proces budowania strategii marketingowej

Przerwa

Analiza sytuacji firmy i analiza SWOT

- Jak skutecznie przeprowadzić analizę SWOT
- Praktyczne zastosowanie analizy SWOT w planowaniu działań
- Wykorzystanie analizy SWOT do identyfikacji przewag konkurencyjnych

Analiza konkurencji

- Metody analizy konkurencji (np. analiza 5 sił Portera)
- Jak zbierać i interpretować dane o konkurencji
- Benchmarking jako narzędzie przewagi konkurencyjnej

Weryfikacja postępów w uczeniu się oraz uwagi trenera

Dzień 2:

Segmentacja rynku i określanie grupy docelowej

- Kryteria segmentacji rynku (demograficzne, behawioralne, psychograficzne)
- Jak skutecznie definiować grupę docelową
- Tworzenie person klientów

Projektowanie badań rynkowych i ich analiza

- Rodzaje badań rynkowych (ilościowe, jakościowe, desk research)
- Narzędzia do zbierania i analizowania danych rynkowych
- Jak interpretować wyniki badań w kontekście strategii marketingowej

Przerwa

Ustalanie celów strategicznych i taktyk

- Jak definiować SMART cele w strategii marketingowej
- Powiązanie celów marketingowych z celami biznesowymi firmy
- Taktyki marketingowe wspierające realizację celów

Dobór kanałów komunikacji

- Jak dobierać kanały komunikacji do grupy docelowej
- Omnichannel marketing – integracja kanałów komunikacji
- Wykorzystanie digital marketingu w strategii komunikacji

Weryfikacja postępów w uczeniu się oraz uwagi trenera

Dzień 3:

Tworzenie strategii content marketingowej

- Jakie treści przyciągają uwagę odbiorców?
- Planowanie kalendarza treści i dystrybucja contentu
- Wykorzystanie storytellingu w strategii content marketingowej

Wizualne aspekty marketingu i branding

- Znaczenie spójnego wizerunku marki
- Projektowanie logo, kolorystyki i identyfikacji wizualnej
- Jakie emocje budzą poszczególne elementy wizualne?

Przerwa

Planowanie działań marketingowych i harmonogram

- Tworzenie planu marketingowego krok po kroku
- Jak efektywnie zarządzać czasem i zasobami w marketingu
- Narzędzia do planowania i automatyzacji działań

Ustalanie budżetu i określanie zasobów

- Jak realistycznie oszacować budżet marketingowy
- Optymalizacja kosztów marketingowych
- Priorytetyzacja działań w ramach dostępnych zasobów

Podsumowanie szkolenia.

Walidacja efektów uczenia się

- *Szkolenie prowadzone jest indywidualnie lub w grupach do 6 osób.*
- *Uczestnik posiada samodzielne stanowisko pracy.*
- *Warunkiem koniecznym do osiągnięcia celu szkolenia jest 80% frekwencja oraz zaangażowanie Uczestnika.*
- *Usługa realizowana jest w 33 godzinach dydaktycznych (godzina dydaktyczna = 45 minut).*
- *Przerwy nie wliczają się do godzin usługi.*
- *Podstawą do rozliczenia usługi, jest wygenerowanie z systemu raportu, umożliwiającego identyfikację wszystkich uczestników oraz zastosowanego narzędzia*
- *Zajęcia praktyczne: 12 godzin dydaktycznych / Zajęcia teoretyczne: 21 godzin dydaktycznych*
- *Podany termin szkolenia ma charakter orientacyjny. Po zapisie termin zostanie uzgodniony, aby jak najlepiej dopasować go do potrzeb Uczestnika.*

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 19

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 19 Dzień 1. Marketing strategiczny – wprowadzenie (teoria) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Bartosz Radacz	16-06-2025	09:00	11:00	02:00
2 z 19 Dzień 1. Strategia marketingowa – kluczowe elementy (teoria) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Bartosz Radacz	16-06-2025	11:00	13:00	02:00
3 z 19 Dzień 1. Przerwa	Bartosz Radacz	16-06-2025	13:00	13:15	00:15
4 z 19 Dzień 1. Analiza sytuacji firmy i analiza SWOT (praktyka) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Bartosz Radacz	16-06-2025	13:15	16:00	02:45
5 z 19 Dzień 1. Analiza konkurencji (praktyka) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Bartosz Radacz	16-06-2025	16:00	17:15	01:15
6 z 19 Dzień 1. Weryfikacja postępów w uczeniu się oraz uwagi trenera (teoria) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Bartosz Radacz	16-06-2025	17:15	17:30	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
7 z 19 Dzień 2. Segmentacja rynku i określanie grupy docelowej (teoria) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Bartosz Radacz	17-06-2025	09:00	10:45	01:45
8 z 19 Dzień 2. Projektowanie badań rynkowych i ich analiza (praktyka) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Bartosz Radacz	17-06-2025	10:45	13:00	02:15
9 z 19 Dzień 2. Przerwa	Bartosz Radacz	17-06-2025	13:00	13:15	00:15
10 z 19 Dzień 2. Ustalanie celów strategicznych i taktyk (praktyka) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Bartosz Radacz	17-06-2025	13:15	16:00	02:45
11 z 19 Dzień 2. Dobór kanałów komunikacji (teoria) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Bartosz Radacz	17-06-2025	16:00	17:15	01:15
12 z 19 Dzień 2. Weryfikacja postępów w uczeniu się oraz uwagi trenera (teoria) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Bartosz Radacz	17-06-2025	17:15	17:30	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
13 z 19 Dzień 3. Tworzenie strategii content marketingowej (teoria) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Bartosz Radacz	18-06-2025	09:00	11:00	02:00
14 z 19 Dzień 3. Wizualne aspekty marketingu i branding (teoria) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Bartosz Radacz	18-06-2025	11:00	13:00	02:00
15 z 19 Dzień 3. Przerwa	Bartosz Radacz	18-06-2025	13:00	13:15	00:15
16 z 19 Dzień 3. Planowanie działań marketingowych i harmonogram (teoria) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Bartosz Radacz	18-06-2025	13:15	16:00	02:45
17 z 19 Dzień 3. Ustalanie budżetu i określanie zasobów (teoria) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Bartosz Radacz	18-06-2025	16:00	17:00	01:00
18 z 19 Dzień 3. Podsumowanie szkolenia (teoria) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Bartosz Radacz	18-06-2025	17:00	17:15	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
19 z 19 Dzień 3. Walidacja efektów uczenia się Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	-	18-06-2025	17:15	17:30	00:15

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	3 960,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	3 960,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	120,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	120,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Bartosz Radacz

Bartosz Radacz to doświadczony specjalista w marketingu, sprzedaży i budowaniu relacji z klientami, który w ciągu ostatnich 5 lat zdobył praktyczne kompetencje niezbędne do prowadzenia szkoleń z zakresu strategii marketingowej, pozyskiwania klientów B2B i indywidualnych. Jako Sales Manager w hotLead.pl (2022–2024) odpowiadał za generowanie leadów, zarządzanie procesami sprzedażowymi oraz rozwój strategii marketingowej i pozyskiwania klientów. Jego doświadczenie obejmuje również pracę jako Sales Specialist w GO4Robot (2021–2022), gdzie zajmował się negocjacjami i budowaniem ofert, a także pełnienie funkcji lidera w Studenckim Kole Naukowym ASAP, gdzie organizował wydarzenia edukacyjne i wspierał rozwój zespołu.

Bartosz ukończył zarządzanie strategiczne (mgr) w Wyższej Szkole Bankowej w Poznaniu oraz zarządzanie i inżynierię produkcji (inż.) na Uniwersytecie Ekonomicznym w Poznaniu. Zdobył liczne certyfikaty, w tym Certyfikowanego Trenera Branżowych Symulacji Biznesowych, szkolenia z technik sprzedaży, personal branding oraz wykorzystania CRM.

Dzięki połączeniu praktycznej wiedzy, doświadczenia w sprzedaży oraz certyfikowanych

umiejętności trenerskich Bartosz skutecznie prowadzi szkolenia, pomagając uczestnikom rozwijać efektywne strategie marketingowo-sprzedażowe i budować marki.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnik otrzymuje skrypt szkoleniowy przygotowany przez Unico Sp. z o.o.

Informacje dodatkowe

Możliwość dostosowania terminu: Rafał Lisser, tel: (+48) 724 787 771.

Zawarto umowę z WUP w Toruniu w ramach Projektu Kierunek – Rozwój

Jeżeli złożyłeś wniosek u Operatora, ale nie zapisałeś się na usługę, skontaktuj się z nami w celu rezerwacji.

Unico Sp. z o.o. zapewnia salę szkoleniową z osobnymi stanowiskami dla każdego Uczestnika. Sale są dostosowane do wymogów sanitarno-epidemiologicznych oraz wymogów BHP. Każde szkolenie w Unico jest ubezpieczone.

Usługa szkoleniowa jest zwolniona z podatku VAT, pod warunkiem że dofinansowanie pokrywa co najmniej 70% kosztów szkolenia. W przypadku mniejszego wsparcia finansowego, do ceny netto usługi dodawany jest podatek VAT w wysokości 23%.

Przepis na podstawie którego stosowane jest zwolnienie od podatku (stawka VAT zw.): Zwolnienie z podatku 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

Warunki techniczne

Platforma / rodzaj komunikatora, za pośrednictwem którego prowadzona będzie usługa

- Platforma Zoom (<https://zoom.us/>)

Minimalne wymagania sprzętowe, jakie musi spełniać komputer uczestnika lub inne urządzenie do zdalnej komunikacji

- Komputer, laptop lub tablet z dostępem do internetu.
- Procesor: Minimalnie jednordzeniowy 1 GHz, zalecany dwurdzeniowy 2 GHz lub lepszy (np. Intel i3/i5/i7 lub AMD ekwiwalent).
- Pamięć RAM: Minimalnie 2 GB, zalecane 4 GB lub więcej.

Minimalne wymagania dotyczące parametrów łącza sieciowego, jakim musi dysponować uczestnik

- Minimalna prędkość łącza: 600 kb/s dla wideo wysokiej jakości, zalecane minimum 1,2 Mb/s dla wideo 720p i 3,8 Mb/s dla wideo 1080p.

Niezbędne oprogramowanie umożliwiające uczestnikom dostęp do prezentowanych treści i materiałów

- System operacyjny: Windows 7 lub nowszy, macOS 10.10 lub nowszy, Linux, iOS, Android.
- Zainstalowana aktualna wersja jednej z przeglądarek: Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, Edge lub Opera.
- Nie ma potrzeby instalowania specjalnego oprogramowania, ale dostęp do aplikacji Zoom może poprawić jakość połączenia.

Okres ważności linku umożliwiającego uczestnictwo w spotkaniu online

- Link jest ważny do momentu zakończenia spotkania lub webinaru.

Zalecane parametry łącza internetowego

- Łącze internetowe o minimalnej przepustowości 600 kb/s dla wideo wysokiej jakości, zalecane minimum 1,2 Mb/s dla wideo 720p i 3,8 Mb/s dla wideo 1080p. Dla grupowych połączeń wideo zalecane 1,0 Mb/s dla wideo wysokiej jakości i do 3,8 Mb/s dla wideo 1080p. Udostępnianie ekranu bez miniaturki wideo wymaga 50–75 kb/s, z miniaturką 50–150 kb/s. Audio VoIP: 60–80 kb/s, Zoom Phone: 60–100 kb/s.

Kontakt



Rafał Lisser

E-mail kontakt@unico.org.pl

Telefon (+48) 724 787 771