

FUNDACJA BONA
NOTITIA**Szkolenie: "Reklama Lokalna i
Wykorzystanie Potencjału
Marketingowego Przedsiębiorstwa w Erze
Zielonej Transformacji"**

Numer usługi 2025/05/06/130626/2728400

📍 Elbląg / stacjonarna

💰 Usługa szkoleniowa

🕒 28 h

📅 03.06.2025 do 05.08.2025

6 250,00 PLN brutto

6 250,00 PLN netto

223,21 PLN brutto/h

223,21 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Sposób dofinansowania	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Właściciele firm, menedżerowie, pracownicy biura
Minimalna liczba uczestników	1
Maksymalna liczba uczestników	2
Data zakończenia rekrutacji	02-06-2025
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	28
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Szkolenie rozwija kluczowe kompetencje marketingowe uczestników umożliwiające tworzenie skutecznej strategii promocyjnej, jej optymalizowania i monitorowania wyników. Uczestnicy przeanalizują swoje potrzeby, zasoby oraz możliwości, poznają techniki i narzędzia pozwalające stworzyć skuteczną, spersonalizowaną strategię reklamową, dopasowaną do ich działalności. Dowiedzą się jak integrować elementy zrównoważonego rozwoju z działaniami marketingowymi oraz budować ekologiczny wizerunek marki

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Dokonuje analizy biznesowej.	Analizuje ofertę firmy i potrafi wyznaczyć cele i działania marketingowe.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Dokonuje analizy biznesowej.	Identyfikuje docelową grupę marketingową.	Test teoretyczny
Wykorzystuje możliwości reklamy lokalnej.	Dobiera odpowiednią formę reklamy na rynku lokalnym w zależności od potrzeb i możliwości	Obserwacja w warunkach symulowanych
Przygotowuje plan marketingowy firmy oraz plan jego wdrażania.	Określa możliwości, potencjał i priorytety marketingowe firmy w oparciu o budżet i dostępne materiały reklamowe.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Dokonuje wyboru odpowiednich formatów reklamy lokalnej.	Analizuje konkurencję na rynku lokalnym i dopasowuje kanał komunikacji marketingowej.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Określa kluczowy przekaz reklamowy.	Wymienia elementy przekazu reklamowego oraz definiuje unikalną propozycję wartości.	Test teoretyczny
Tworzy autentyczną i skuteczną narrację marki.	Dostosowuje język komunikacji do lokalnego odbiorcy.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Planuje kampanię reklamową.	Tworzy harmonogram działań promocyjnych. Dopasowuje treści do kanałów promocji.	Test teoretyczny
Wykorzystuje storytelling i copywriting w reklamie lokalnej.	Pisze skuteczne treści reklamowe.	Prezentacja
Skutecznie promuje firmę w mediach lokalnych.	Optymalizuje reklamy pod kątem algorytmów i zasięgów.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Skutecznie promuje firmę w mediach lokalnych.	Mierzy skuteczność kampanii reklamowych.	Test teoretyczny
Tworzy i optymalizuje treści marketingowe.	Tworzy promocyjne materiały wideo. Realizuje sesje zdjęciowe i przygotowuje grafiki promocyjne. Redaguje artykuły sponsorowane.	Prezentacja

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Tworzy i wdraża długoterminową strategię marketingową.	Opracowuje strategię content marketingową i automatyzuje działania reklamowe. Analizuje wyniki działań marketingowych.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uwzględnia elementy zielonej transformacji w działaniach marketingowych.	Identyfikuje obszary działalności firmy, które można powiązać z ideą zrównoważonego rozwoju.	Test teoretyczny
Uwzględnia elementy zielonej transformacji w działaniach marketingowych.	Tworzy komunikaty marketingowe uwzględniające wartości proekologiczne.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uwzględnia elementy zielonej transformacji w działaniach marketingowych.	Dobiera ekologiczne rozwiązania promocyjne (np. eko-druk, cyfrowe materiały, lokalne działania CSR).	Prezentacja

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 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 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 potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji.

Program

Dzień 1

- Wypełnienie ankiety ewaluacyjnej przed szkoleniem

Moduł 1: Kick-off Meeting i diagnoza biznesowa

- Omówienie oferty firmy oraz jej celów marketingowych.

- Analiza działań marketingowych.
- Wprowadzenie do zielonej transformacji w marketingu lokalnym
- Przerwa
- Identyfikacja marketingowej grupy docelowej.
- Poznanie form reklamy lokalnej i jej możliwości.

Dzień 2

Moduł 2: Analiza dostępnych zasobów i budżetu firmy.

- Analiza dostępnych materiałów reklamowych.
- Ocena potencjału firmy w zakresie produkcji treści.
- Przerwa
- Przygotowanie planu marketingowego oraz planu jego wdrażania.
- Określanie budżetu i priorytetów marketingowych firmy.
- Identyfikacja obszarów działalności firmy zgodnych z ideą zrównoważonego rozwoju.

Dzień 3

- Moduł 3: Wybór odpowiednich formatów reklamy lokalnej.
- Komunikacja marketingowa w firmowych social mediach.
- Omówienie możliwości reklamowych w lokalnych mediach.
- Przerwa
- Wybór kanałów komunikacji marketingowej: wideo, artykuły sponsorowane, media społecznościowe, reklama display.
- Analiza konkurencji na rynku lokalnym.
- Przykłady kampanii ekologicznych i ich wpływ na postrzeganie marki.

Dzień 4

Moduł 4: Określanie kluczowego przekazu reklamowego.

- Najważniejsze elementy przekazu reklamowego.
- Definicja unikalnej propozycji wartości.
- Przerwa
- Język komunikacji dostosowany do lokalnego odbiorcy.
- Tworzenie narracji marki.
- Wprowadzanie wątków proekologicznych do komunikacji marki.

Dzień 5

Moduł 5: Planowanie kampanii reklamowej.

- Tworzenie harmonogramu działań promocyjnych.
- Dopasowywanie treści do kanałów promocji (social media, reklama wideo, artykuły).
- Testowanie i optymalizacja strategii marketingowej.
- Przerwa

Moduł 6: Storytelling i copywriting w reklamie lokalnej.

- Jak pisać skuteczne treści reklamowe?
- Przykłady skutecznych kampanii lokalnych.
- Sztuka angażowania odbiorców.
- Jak opowiadać historie związane z ekologicznymi wartościami firmy.

Dzień 6

Moduł 7: Tworzenie i optymalizacja treści marketingowych.

- Produkcja wideo, od koncepcji do realizacji.
- Realizacja sesji zdjęciowej.
- Przerwa
- Przygotowywanie grafik promocyjnych.
- Redagowanie artykułów sponsorowanych.- Projektowanie materiałów promocyjnych z uwzględnieniem estetyki i komunikatów proekologicznych.

Dzień 7

Moduł 8: Skuteczna promocja w mediach lokalnych.

- Jak promować firmę na rynku lokalnym?
- Skuteczne wykorzystanie przestrzeni reklamowej.
- Przerwa
- Optymalizacja reklam pod kątem algorytmów i zasięgów.
- Mierzenie skuteczności kampanii.
- Ekoefektywność kampanii – jak ograniczać ślad węglowy działań reklamowych?

Dzień 8

Moduł 9: Budowanie długoterminowej strategii marketingowej.

- Jakie korzyści niesie za sobą stworzenie strategii marketingowej?
- Tworzenie content planu marketingowego.
- Automatyzacja działań reklamowych.
- Przerwa
- Analiza wyników działań marketingowych i optymalizacja budżetu.
- Uwzględnienie trendów zrównoważonego rozwoju w długoterminowej strategii marketingowej.
- Test podsumowujący.
- Wypełnienie ankiety ewaluacyjnej po szkoleniu i zakończenie.

Walidacja:

W trakcie szkolenia przeprowadzana będzie walidacja w formie testu teoretycznego zamkniętego.

Osoba walidująca waliduje usługę po jej zakończeniu, w oparciu o checklistę od trenera.

Dodatkowo, ocenie podlegać będzie umiejętność uwzględniania elementów zielonej transformacji w tworzonych strategiach marketingowych – uczestnicy zostaną poproszeni o wskazanie w testach oraz zadaniach praktycznych, w jaki sposób planują wdrożyć działania zgodne z zasadami zrównoważonego rozwoju w swoich kampaniach.

Warunki organizacyjne:

Szkolenie trwa 28 godzin zegarowych. Godzina zegarowa to 60 minut. W każdym dniu szkolenia uwzględniona została 15 minutowa przerwa, która jest wliczona w czas szkolenia.

Materiały szkoleniowe zostaną przekazane uczestnikom w formie prezentacji.

W szkoleniu mogą również uczestniczyć osoby, które nie mają podstawowej wiedzy z zakresu budowania strategii marketingowej firmy.

Szkolenie zakończone zostanie wypełnieniem testu teoretycznego i ankiet ewaluacyjnych oraz rozdaniem zaświadczeń potwierdzających nabyte kompetencje i ukończenie szkolenia.

Warunkiem ukończenia szkolenia jest frekwencja na poziomie 100 %.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 52

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 52 Wypełnienie ankiety ewaluacyjnej przed szkoleniem	Aneta Kudlak	03-06-2025	10:00	10:15	00:15
2 z 52 Omówienie oferty firmy oraz jej celów marketingowych	Aneta Kudlak	03-06-2025	10:15	10:35	00:20
3 z 52 Analiza działań marketingowych	Aneta Kudlak	03-06-2025	10:35	11:15	00:40
4 z 52 Wprowadzenie do zielonej transformacji w marketingu lokalnym	Aneta Kudlak	03-06-2025	11:15	12:00	00:45
5 z 52 Przerwa	Aneta Kudlak	03-06-2025	12:00	12:15	00:15
6 z 52 Identyfikacja marketingowej grupy docelowej.	Aneta Kudlak	03-06-2025	12:15	13:00	00:45
7 z 52 Poznanie form reklamy lokalnej i jej możliwości.	Aneta Kudlak	03-06-2025	13:00	13:45	00:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
8 z 52 Analiza dostępnych materiałów reklamowych	Aneta Kudlak	04-06-2025	08:00	08:30	00:30
9 z 52 Ocena potencjału firmy w zakresie produkcji treści	Aneta Kudlak	04-06-2025	08:30	09:10	00:40
10 z 52 Przerwa	Aneta Kudlak	04-06-2025	09:10	09:25	00:15
11 z 52 Przygotowanie planu marketingowego oraz planu jego wdrażania	Aneta Kudlak	04-06-2025	09:25	10:05	00:40
12 z 52 Określanie budżetu i priorytetów marketingowych firmy.	Aneta Kudlak	04-06-2025	10:05	10:45	00:40
13 z 52 Identyfikacja obszarów działalności firmy zgodnych z ideą zrównoważonego rozwoju.	Aneta Kudlak	04-06-2025	10:45	11:15	00:30
14 z 52 Komunikacja marketingowa w firmowych social mediach	Aneta Kudlak	11-06-2025	08:00	08:40	00:40
15 z 52 Omówienie możliwości reklamowych w lokalnych mediach	Aneta Kudlak	11-06-2025	08:40	09:25	00:45
16 z 52 Przerwa	Aneta Kudlak	11-06-2025	09:25	09:40	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
17 z 52 Wybór kanałów komunikacji marketingowej: wideo, artykuły sponsorowane, media społecznościowe, reklama display.	Aneta Kudlak	11-06-2025	09:40	10:15	00:35
18 z 52 Analiza konkurencji na rynku lokalnym.	Aneta Kudlak	11-06-2025	10:15	11:00	00:45
19 z 52 Przykłady kampanii ekologicznych i ich wpływ na postrzeganie marki	Aneta Kudlak	11-06-2025	11:00	11:15	00:15
20 z 52 Najważniejsze elementy przekazu reklamowego	Aneta Kudlak	18-06-2025	08:00	08:45	00:45
21 z 52 Definicja unikalnej propozycji wartości.	Aneta Kudlak	18-06-2025	08:45	09:20	00:35
22 z 52 Przerwa	Aneta Kudlak	18-06-2025	09:20	09:35	00:15
23 z 52 Język komunikacji dostosowany do lokalnego odbiorcy	Aneta Kudlak	18-06-2025	09:35	10:10	00:35
24 z 52 Tworzenie narracji mark	Aneta Kudlak	18-06-2025	10:10	11:10	01:00
25 z 52 Wprowadzanie wątków proekologicznych do komunikacji marki.	Aneta Kudlak	18-06-2025	11:10	11:45	00:35

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
26 z 52 Tworzenie harmonogramu działań promocyjnych	Aneta Kudlak	25-06-2025	08:00	08:30	00:30
27 z 52 Dopasowywanie treści do kanałów promocji (social media, reklama video, artykuły).	Aneta Kudlak	25-06-2025	08:30	09:00	00:30
28 z 52 Testowanie i optymalizacja strategii marketingowej.	Aneta Kudlak	25-06-2025	09:00	09:30	00:30
29 z 52 Przerwa	Aneta Kudlak	25-06-2025	09:30	09:45	00:15
30 z 52 Jak pisać skuteczne treści reklamowe?	Aneta Kudlak	25-06-2025	09:45	10:15	00:30
31 z 52 Przykłady skutecznych kampanii lokalnych.	Aneta Kudlak	25-06-2025	10:15	10:50	00:35
32 z 52 Sztuka angażowania odbiorców	Aneta Kudlak	25-06-2025	10:50	11:20	00:30
33 z 52 Jak opowiadać historie związane z ekologicznymi wartościami firmy	Aneta Kudlak	25-06-2025	11:20	11:45	00:25
34 z 52 Produkcja wideo, od koncepcji do realizacji.	Aneta Kudlak	28-07-2025	08:00	08:50	00:50
35 z 52 Realizacja sesji zdjęciowej.	Aneta Kudlak	28-07-2025	08:50	09:50	01:00
36 z 52 Przerwa	Aneta Kudlak	28-07-2025	09:50	10:05	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
37 z 52 Przygotowywanie grafik promocyjnych	Aneta Kudlak	28-07-2025	10:05	10:50	00:45
38 z 52 Projektowanie materiałów promocyjnych z uwzględnieniem estetyki i komunikatów proekologicznych	Aneta Kudlak	28-07-2025	10:50	11:15	00:25
39 z 52 Jak promować firmę na rynku lokalnym?	Aneta Kudlak	04-08-2025	08:00	08:45	00:45
40 z 52 Skuteczne wykorzystanie przestrzeni reklamowej.	Aneta Kudlak	04-08-2025	08:45	09:20	00:35
41 z 52 Przerwa	Aneta Kudlak	04-08-2025	09:20	09:35	00:15
42 z 52 Optymalizacja reklam pod kątem algorytmów i zasięgów.	Aneta Kudlak	04-08-2025	09:35	10:20	00:45
43 z 52 Mierzenie skuteczności kampanii	Aneta Kudlak	04-08-2025	10:20	10:55	00:35
44 z 52 Ekoefektywność kampanii – jak ograniczać ślad węglowy działań reklamowych?	Aneta Kudlak	04-08-2025	10:55	11:15	00:20
45 z 52 Jakie korzyści niesie za sobą stworzenie strategii marketingowej?	Aneta Kudlak	05-08-2025	08:00	08:30	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
46 z 52 Tworzenie content planu marketingowego.	Aneta Kudlak	05-08-2025	08:30	09:15	00:45
47 z 52 Automatyzacja działań reklamowych.	Aneta Kudlak	05-08-2025	09:15	10:00	00:45
48 z 52 Przerwa	Aneta Kudlak	05-08-2025	10:00	10:15	00:15
49 z 52 Analiza wyników działań marketingowych i optymalizacja budżetu.	Aneta Kudlak	05-08-2025	10:15	10:45	00:30
50 z 52 Uwzględnienie trendów zrównoważonego rozwoju w długoterminowej strategii marketingowej.	Aneta Kudlak	05-08-2025	10:45	11:00	00:15
51 z 52 Test podsumowujący.	-	05-08-2025	11:00	11:30	00:30
52 z 52 Wypełnienie ankiety ewaluacyjnej po szkoleniu i zakończenie.	Aneta Kudlak	05-08-2025	11:30	11:45	00:15

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	6 250,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	6 250,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	223,21 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Aneta Kudlak

Związana z marketingiem internetowym od 18 lat. Prowadzi szkolenia w zakresie social mediów, marketingu internetowego. Ma doświadczenie w budowaniu marek, tworzeniu strategii marketingowych i codziennym prowadzeniu social mediów. Często wykorzystuje nowoczesne formy marketingu

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały szkoleniowe zostaną przekazane uczestnikom w formie prezentacji. Usługa jest zwolniona z podatku Vat w przypadku dofinansowania na minimalnym poziomie 70%.

Warunki uczestnictwa

Warunkiem uczestnictwa w szkoleniu jest prawidłowy zapis na usługę w Bazie Usług Rozwojowych

Informacje dodatkowe

Zwolnienie podatkowe dla usług szkoleniowych sfinansowany.ch ze środków publicznych co najmniej w 70% (art. 43 ust. 1 pkt 29 lit. c i ust. 17a ustawy o VAT oraz § 3 ust. 1 pkt 14 i ust. 8-9 rozporządzenia Ministra Finansów z 20.12.2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień).

Adres

ul. Zacisze 4N

82-300 Elbląg

woj. warmińsko-mazurskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Renata Flak



E-mail szkolenia@bonanotitia.org

Telefon (+48) 733 533 686