



TuSięUcz.pl
ELŻBIETA
JĘDRZEJCZYK



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

Numer usługi 2025/05/08/174815/2733974

📍 Księżomierz-Kolonia / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 30 h

📅 16.05.2025 do 18.05.2025

5 460,00 PLN brutto

5 460,00 PLN netto

182,00 PLN brutto/h

182,00 PLN netto/h

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 i Małych Firm 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	15-05-2025
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 i Małych Firm na Rynku" jest przekazanie uczestnikom praktycznych narzędzi i wiedzy niezbędnej do skutecznego wdrażania strategii marketingowych oraz zarządzania rozwojem mikro lub małej firmy. 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 mikro i małych firm.	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 mikro i małego przedsiębiorstwa

1. Wprowadzenie do specyfiki mikro i małych przedsiębiorstw

- Definicja mikroprzedsiębiorstwa i charakterystyka rynku mikro i małych przedsiębiorstw
- Wyzwania i możliwości mikro i małego przedsiębiorstwa na rynku
- Typowe problemy mikro i małych przedsiębiorstw i kluczowe czynniki sukcesu

2. Podstawy marketingu i jego rola w mikro i małym przedsiębiorstwie

- Definicja marketingu
- Rola marketingu w rozwoju mikro i małych przedsiębiorstw
- Podstawowe elementy strategii marketingowej

3. Przegląd narzędzi marketingowych dla mikro i małych przedsiębiorstw

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

Moduł 2. Strategia marketingowa mikro i małego przedsiębiorstwa

1. Strategia marketingowa: Definicja i kluczowe elementy

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

1. Analiza SWOT w praktyce

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

1. Tworzenie strategii cenowej

- Czynniki wpływające na cenę w mikro i małym przedsiębiorstwie
- 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 mikro i małym przedsiębiorstwie?
- Narzędzia wspierające sprzedaż: CRM, automatyzacja
- Przykłady i ćwiczenia: Analiza procesu sprzedażowego

2. Marketing internetowy

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

3. Personalizacja i marketing relacyjny

- Marketing relacyjny w mikro i małym przedsiębiorstwie
- Budowanie i utrzymywanie lojalności klientów
- Ćwiczenia: Kreowanie oferty lojalnościowej

Moduł 4. Zarządzanie rozwojem mikro i małego przedsiębiorstwa

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 mikro i małego przedsiębiorstwa

2. Pozyskiwanie inwestycji i finansowanie mikro i małego przedsiębiorstwa

- Źródła finansowania dla mikro i małego przedsiębiorstwa
- Dotacje, pożyczki, crowdfunding
- Jak przygotować prezentację dla inwestorów?

3. Kryzysowe zarządzanie firmą

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

4. Zarządzanie czasem i efektywnością w mikro i małych przedsiębiorstwach

- 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 mikro i małych przedsiębiorstwach

- Przykłady wykorzystania narzędzi marketingowych w praktyce
- Kreowanie planu marketingowego dla mikro i małego przedsiębiorstwa
- Ćwiczenia grupowe: Tworzenie kampanii marketingowej

2. Przygotowanie indywidualnych planów rozwoju firmy

- Jak opracować indywidualny plan rozwoju mikro i małego przedsiębiorstwa?
- 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: 27

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 27 Specyfika mikro i małych firm - wyzwania, błędy i przewagi	Elżbieta Jędrzejczyk	16-05-2025	08:00	09:30	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
2 z 27 Wprowadzenie do marketingu - po co mikro/małej firmie strategia?	Elżbieta Jędrzejczyk	16-05-2025	09:30	11:00	01:30
3 z 27 Przerwa kawowa	Elżbieta Jędrzejczyk	16-05-2025	11:00	11:15	00:15
4 z 27 Narzędzia marketingowe: lokalne, digital, szeptane	Elżbieta Jędrzejczyk	16-05-2025	11:15	12:45	01:30
5 z 27 Przerwa obiadowa	Elżbieta Jędrzejczyk	16-05-2025	12:45	13:30	00:45
6 z 27 Budowa strategii marketingowej – proces i pierwsze decyzje	Elżbieta Jędrzejczyk	16-05-2025	13:30	15:00	01:30
7 z 27 Analiza SWOT i segmentacja w praktyce - case study firm uczestników	Elżbieta Jędrzejczyk	16-05-2025	15:00	16:30	01:30
8 z 27 Przerwa kawowa	Elżbieta Jędrzejczyk	16-05-2025	16:30	16:45	00:15
9 z 27 Studium przypadku i praca indywidualna z prowadzącym	Elżbieta Jędrzejczyk	16-05-2025	16:45	18:00	01:15
10 z 27 Strategia cenowa: modele, przykłady, warsztat	Elżbieta Jędrzejczyk	17-05-2025	08:00	09:30	01:30
11 z 27 Marka i tożsamość - jak tworzyć rozpoznawalność bez budżetu	Elżbieta Jędrzejczyk	17-05-2025	09:30	11:00	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
12 z 27 Przerwa kawowa	Elżbieta Jędrzejczyk	17-05-2025	11:00	11:15	00:15
13 z 27 Organizacja sprzedaży: CRM, automatyzacja, schematy procesów	Elżbieta Jędrzejczyk	17-05-2025	11:15	12:45	01:30
14 z 27 Przerwa obiadowa	Elżbieta Jędrzejczyk	17-05-2025	12:45	13:30	00:45
15 z 27 Strategia online: content, SEO, TikTok, lokalność	Elżbieta Jędrzejczyk	17-05-2025	13:30	15:00	01:30
16 z 27 Marketing relacyjny i lojalnościowy - jak utrzymać klienta	Elżbieta Jędrzejczyk	17-05-2025	15:00	16:30	01:30
17 z 27 Przerwa kawowa	Elżbieta Jędrzejczyk	17-05-2025	16:30	16:45	00:15
18 z 27 Ćwiczenie: mini-kampania online	Elżbieta Jędrzejczyk	17-05-2025	16:45	18:00	01:15
19 z 27 Planowanie rozwoju mikro i małej firmy w warunkach niepewności	Elżbieta Jędrzejczyk	18-05-2025	08:00	09:30	01:30
20 z 27 Finanse mikro i małej firmy - pozyskiwanie środków (dotacje, crowdfunding)	Elżbieta Jędrzejczyk	18-05-2025	09:30	11:00	01:30
21 z 27 Przerwa kawowa	Elżbieta Jędrzejczyk	18-05-2025	11:00	11:15	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
22 z 27 Zarządzanie w kryzysie - plan awaryjny, case study	Elżbieta Jędrzejczyk	18-05-2025	11:15	12:45	01:30
23 z 27 Przerwa obiadowa	Elżbieta Jędrzejczyk	18-05-2025	12:45	13:30	00:45
24 z 27 Zarządzanie czasem, efektywnością i projektami	Elżbieta Jędrzejczyk	18-05-2025	13:30	15:00	01:30
25 z 27 Tworzenie indywidualnych planów marketingowo-rozwojowych	Elżbieta Jędrzejczyk	18-05-2025	15:00	16:00	01:00
26 z 27 Walidacja	-	18-05-2025	16:00	17:00	01:00
27 z 27 Sesja Q&A, analiza planów, wręczenie certyfikatów	Elżbieta Jędrzejczyk	18-05-2025	17:00	18:00	01:00

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 460,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 460,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	182,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	182,00 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

Księżomierz-Kolonia 1c
23-275 Księżomierz-Kolonia
woj. lubelskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja

Kontakt



Elżbieta Jędrzejczyk



E-mail tusieucz.pl@gmail.com

Telefon (+48) 509 353 004