



Akademia
Gastronomii EDYTA
OKROJ-
WIERZBICKA

★★★★★ 5,0 / 5

3 oceny

SZKOLENIE MARKETING 2.0

Numer usługi 2025/06/06/170161/2799591

📍 Sopot / stacjonarna

🍽️ Usługa szkoleniowa

🕒 16 h

📅 01.12.2025 do 02.12.2025

1 832,00 PLN brutto

1 489,43 PLN netto

114,50 PLN brutto/h

93,09 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Inne / Gastronomia
Identyfikatory projektów	Kierunek - Rozwój
Grupa docelowa usługi	Szkolenie skierowane jest do osób dorosłych, prowadzących lub planujących prowadzenie działalności w branży gastronomicznej, zainteresowanych rozwojem umiejętności w zakresie promocji i sprzedaży. Uczestnikami mogą być osoby pracujące, bezrobotne lub bierne zawodowo, chcące rozwijać swoje umiejętności praktyczne i teoretyczne. Usługa adresowana jest również do uczestników projektu "Kierunek - Rozwój". Uczestnicy projektu "Kierunek - Rozwój" z województwa kujawsko-pomorskiego, zgłoszeni przez Wojewódzki Urząd Pracy w Toruniu mogą skorzystać z usługi bezpłatnie w ramach bonów elektronicznych Dodatkowo Osoby mieszkające lub pracujące na terenie województwa pomorskiego (m.in. Gdańsk, Gdynia, Sopot, powiaty: gdański, kartuski, pucki, nowodworski, wejherowski) mogą skorzystać z dofinansowania w ramach projektu WEKTOR realizowanego przez Agencję Rozwoju Pomorza.
Minimalna liczba uczestników	8
Maksymalna liczba uczestników	23
Data zakończenia rekrutacji	24-11-2025
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna

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

Usługa przygotowuje do samodzielnego planowania i realizacji działań marketingowych online i offline, w tym tworzenia kampanii reklamowych w mediach społecznościowych, analizy lejków sprzedażowych, wdrażania strategii sprzedażowych i wykorzystania narzędzi graficznych, video oraz AI. Uczestnik będzie potrafił zaplanować, wykonać i zoptymalizować działania promocyjne oraz zwiększyć ich efektywność.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik projektuje kampanię reklamową w mediach społecznościowych	identyfikuje cele kampanii marketingowej,	Test teoretyczny
	dobiera kanały komunikacji odpowiednie do grupy docelowej,	Test teoretyczny
	określa etapy planowania kampanii,	Test teoretyczny
	wskazuje zasady harmonogramowania publikacji treści.	Test teoretyczny
Analizuje lejki sprzedażowe i ich skuteczność	definiuje etapy lejka sprzedażowego,	Test teoretyczny
	charakteryzuje zachowania użytkowników na poszczególnych etapach,	Test teoretyczny
	interpretuje dane marketingowe do optymalizacji lejka,	Test teoretyczny
	uzasadnia wybór działań na każdym etapie procesu zakupowego.	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Dobiera strategie marketingowe do segmentów rynku	rozdziela rodzaje strategii marketingowych,	Test teoretyczny
	identyfikuje cechy grup docelowych,	Test teoretyczny
	uzasadnia dobór strategii do danego segmentu,	Test teoretyczny
	wskazuje cele krótko- i długoterminowe w działaniach marketingowych.	Test teoretyczny
Obsługuje podstawowe narzędzia marketingowe (Canva, CapCut, AI)	opisuje funkcje narzędzi Canva i CapCut,	Test teoretyczny
	wskazuje zastosowanie AI w marketingu internetowym,	Test teoretyczny
	charakteryzuje możliwości edycji grafiki i video na potrzeby promocji,	Test teoretyczny
	dobiera narzędzia do konkretnych celów kampanii.	Test teoretyczny
	rozdziela rodzaje zagrożeń cyfrowych (np. phishing, utrata dostępu),	Test teoretyczny
	wskazuje dobre praktyki zabezpieczania kont w mediach społecznościowych,	Test teoretyczny
	opisuje procedury reagowania na incydenty bezpieczeństwa,	Test teoretyczny
Ocenia zagrożenia związane z prowadzeniem działań marketingowych online	identyfikuje ryzyka związane z nieautoryzowanym dostępem do danych.	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

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 MARKETING 2.0

GRUPA DOCELOWA: szkolenie skierowane jest do osób dorosłych, prowadzących lub planujących prowadzenie działalności w branży gastronomicznej, zainteresowanych rozwojem umiejętności w zakresie promocji i sprzedaży. Uczestnikami mogą być osoby pracujące, bezrobotne lub biernie zawodowo, chcące rozwijać swoje umiejętności praktyczne i teoretyczne.

WARUNKI ORGANIZACYJNE: szkolenie realizowane jest w formie stacjonarnej, w sali szkoleniowej wyposażonej w miejsca siedzące (krzesło i stolik) dla każdego uczestnika. Każdy uczestnik otrzymuje komplet materiałów szkoleniowych w formie drukowanej. Maksymalna liczba uczestników: 23 osoby. Zajęcia odbywają się w jednej grupie, bez podziału na podgrupy.

TRYB REALIZACJI I CZAS TRWANIA: szkolenia prowadzone jest w trybie godzin zegarowych (60 minut). Łączny czas trwania: **16 godzin** (2 dni po 8 godzin). Podział godzin: **16 godzin teoretycznych** (szkolenie ma formę wykładów z elementami dyskusji, analizy przypadków i ćwiczeń koncepcyjnych). Przerwy wliczają się w czas trwania usługi.

Dzień I / 09:00 - 17:00 / 8h

- Marketingowe drzewo, na ilu gałęziach siedzisz?
- Strategie sprzedaży – jak tworzyć skuteczne plany sprzedażowe i marketingowe
- Cele marketingowe krótko i długoterminowe cele
- Segmentacja rynku – sztuka tworzenia grup docelowych w oparciu o cele
- Lejki sprzedażowe – jak projektować i rozumieć lejki, które przekształcają zainteresowanie w zakup
- Analiza lejków – ulepszanie lejków na podstawie danych
- Lejki w kampaniach reklamowych – połączenie lejków z kampaniami
- Kampanie na Facebooku i Instagramie – tworzenie reklam na żywo
- Targetowanie reklam – efektywne dotarcie do właściwej grupy
- Kampania na You Tube – shortsy jako nowy format do promocji w Google Ads
- Monitoring mediów
- Warsztaty z tworzenia kampanii reklamowej od A do Z – kompleksowe podejście do kreowania kampanii: od zdjęć, przez obróbkę, treść, grafikę w Canvie, aż po publikację i harmonogramowanie
- Integracja strategii online i offline – jak efektywnie łączyć działania marketingowe w Internecie z tradycyjnymi metodami reklamy, aby zwiększyć zasięg i skuteczność działań promocyjnych

Dzień II / 09:00 - 17:00 / 8h

- Rebranding – Case Study lokalu z Gdańska – analiza przypadku zmiany wizerunku marki
- TikTok – algorytmy i tworzenie treści – warsztaty z wykorzystaniem Cap Cut do kreacji video
- Influencer Marketing – jak zacząć?
- Współpraca z Influencerem oraz przykładowa umowa
- Neuromarketing – wykorzystanie psychologii w sprzedaży
- Techniki wpływu – jak wpływać na decyzje klientów
- Programy lojalnościowe – programy dla stałych klientów
- Narzędzia zarządzania organizacją pracy w marketingu – aplikacje wspierające projekty
- Grafika w Canvie – tworzenie
- Warsztat gastronomicznych rolek w CapCut – magiczne znikanie
- Wykorzystanie AI w marketingu – stosowanie sztucznej inteligencji do tworzenia treści i zdjęć
- Cyberbezpieczeństwo mediów społecznościowych – jak nie stracić konta.
- Trendy w marketingu i jego przyszłość
- Wewnętrzny test teoretyczny

WALIDACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ:

- Metoda walidacji: test teoretyczny przeprowadzony po ukończeniu szkolenia.
- Forma: test pisemny zawierający pytania zamknięte i otwarte, obejmujące wszystkie efekty uczenia się określone w karcie usługi.
- Organizacja: test odbywa się w sali szkoleniowej, w której przeprowadzone było szkolenia; czas trwania 30 minut; praca samodzielna, bez pomocy materiałów.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 17

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 17 Wprowadzenie: marketingowe drzewo, strategie sprzedaży i cele marketingowe	Marta Grabianowska	01-12-2025	09:00	10:30	01:30
2 z 17 Przerwa kawowa	Marta Grabianowska	01-12-2025	10:30	10:45	00:15
3 z 17 Segmentacja rynku i projektowanie lejków sprzedażowych	Marta Grabianowska	01-12-2025	10:45	12:15	01:30
4 z 17 Analiza i optymalizacja lejków sprzedażowych, kampanie reklamowe w social media	Marta Grabianowska	01-12-2025	12:15	13:30	01:15
5 z 17 Przerwa lunchowa	Marta Grabianowska	01-12-2025	13:30	14:00	00:30
6 z 17 Kampanie reklamowe: Facebook, Instagram, YouTube Shorts, targetowanie reklam	Marta Grabianowska	01-12-2025	14:00	15:30	01:30
7 z 17 Przerwa kawowa	Marta Grabianowska	01-12-2025	15:30	15:45	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
8 z 17 Warsztaty: tworzenie kampanii od A do Z (treści, grafika, harmonogramowanie, Canva)	Marta Grabianowska	01-12-2025	15:45	17:00	01:15
9 z 17 Rebranding – analiza case study z Gdańska, wprowadzenie do TikTok i CapCut	Marta Grabianowska	02-12-2025	09:00	10:30	01:30
10 z 17 Przerwa kawowa	Marta Grabianowska	02-12-2025	10:30	10:45	00:15
11 z 17 Influencer marketing, umowy współpracy, techniki wpływu i neuromarketing	Marta Grabianowska	02-12-2025	10:45	12:15	01:30
12 z 17 Programy lojalnościowe, narzędzia organizacji pracy w marketingu	Marta Grabianowska	02-12-2025	12:15	13:30	01:15
13 z 17 Przerwa lunchowa	Marta Grabianowska	02-12-2025	13:30	14:00	00:30
14 z 17 Grafika i video w gastronomii – Canva i CapCut, wykorzystanie AI w marketingu	Marta Grabianowska	02-12-2025	14:00	15:30	01:30
15 z 17 Przerwa kawowa	Marta Grabianowska	02-12-2025	15:30	15:45	00:15
16 z 17 Cyberbezpieczeństwo, trendy w marketingu i jego przyszłość	Marta Grabianowska	02-12-2025	15:45	16:30	00:45
17 z 17 Wewnętrzny test teoretyczny	-	02-12-2025	16:30	17:00	00:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	1 832,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 489,43 PLN
Koszt osobogodziny brutto	114,50 PLN
Koszt osobogodziny netto	93,09 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Marta Grabianowska

MBA, magister Zarządzania Marketingowego, przedsiębiorczyni.

Ekspertka w dziedzinie PR i marketingu z 14-letnim doświadczeniem w pracy dla dużych korporacji i centrów handlowych w Polsce. Od 6 lat związana z Akademią Gastronomii, gdzie jako szkoleniowiec przekazuje swoją wiedzę managerom i właścicielom biznesów gastronomicznych, ucząc skutecznych strategii marketingowych – od promocji lokali po budowanie silnej obecności w mediach społecznościowych.

Praktyk z krwi i kości – współwłaścicielka marki Klub na Fali, sieci beach barów i klubów nocnych (Poznań, Boszkowo, Sława), w których łączy funkcje zarządcze z rolą Dyrektora Kreatywnego, kierując czteroosobowym zespołem marketingowym. Odpowiada za tworzenie i realizację strategii komunikacji opartych na real-time marketingu, współpracy z twórcami UGC, influencer marketingu i storytellingu. Na swoim koncie ma kampanie z lokalnymi mediami i portalami kulinarnymi oraz organizację licznych wydarzeń – od otwarć lokali po kompleksową oprawę promocyjną eventów sezonowych.

Równolegle współtworzy Promo Models Poland – agencję wspierającą rozwój kariery w branży eventowej i modowej. Organizuje wydarzenia promocyjne i modowe, a pod jej opieką znajduje się już blisko 500 osób – hostess, modeli, aktorów, twórców contentu i koordynatorów eventów z Warszawy, Poznania i Trójmiasta.

Osoba prowadząca zajęcia spełnia warunek: doświadczenie zawodowe i kwalifikacje w zakresie powierzonych zadań zdobyte nie wcześniej niż 5 lat przed datą publikacji

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy szkolenia otrzymają komplet materiałów w formie drukowanej opracowanych przez ekspertów i trenerów Akademii Gastronomii. Materiały zawierają treści wykładowe, ćwiczenia, wzory kampanii marketingowych, szablony do pracy własnej oraz informacje dotyczące narzędzi online (Canva, Meta, Ads). Materiały są dostosowane do realiów branży gastronomicznej i umożliwiają

samodzielne wdrażanie zdobytej wiedzy po zakończeniu szkolenia.

Warunki uczestnictwa

Szkolenie jest otwarte - mogą zapisać się wszyscy uczestnicy.

Uczestnicy projektu "Kierunek - Rozwój" z województwa kujawsko-pomorskiego mogą wziąć udział bezpłatnie, na podstawie elektronicznego bonu.

Osoby mieszkające lub pracujące na terenie województwa pomorskiego (m.in. Gdańsk, Gdynia, Sopot, powiaty: gdański, kartuski, pucki, nowodworski, wejherowski) mogą skorzystać z dofinansowania w ramach projektu WEKTOR realizowanego przez Agencję Rozwoju Pomorza. Udział w szkoleniu może być współfinansowany nawet do 95%. Wymagana jest wcześniejsza rejestracja w projekcie i uzyskanie bonu rozwojowego.

Szkolenie rozpocznie się po zgłoszeniu się minimum 8 osób, maksymalna liczba uczestników to 23 osoby. Obowiązuje kolejność zgłoszeń.

Informacje dodatkowe

Zawarto umowę z WUP w Toruniu ramach Projektu "Kierunek - Rozwój".

Szkolenie jest bezpłatne dla uczestników Projektu Kierunek - Rozwój z województwa kujawsko-pomorskiego, korzystających z bonów elektronicznych w ramach współpracy z WUP w Toruniu.

Dodatkowo usługa kwalifikuje się do dofinansowania w ramach projektu WEKTOR (województwo pomorskie), realizowanego przez Agencję Rozwoju Pomorza. Uczestnicy z Pomorza mogą ubiegać się o pokrycie części lub całości kosztów szkolenia - zgodnie z zasadami projektu. Więcej informacji: www.arp.gda.pl.

Adres

ul. Władysława Broniewskiego 10
81-841 Sopot
woj. pomorskie

Szkolenie odbędzie się w siedzibie Akademii Gastronomii przy ul. Władysława Broniewskiego 10 w Sopocie. Sala szkoleniowa zlokalizowana jest na parterze budynku, przystosowana do komfortowej pracy szkoleniowej. Na miejscu dostępne są materiały szkoleniowe, kawa, herbata, lunch, słodkie i słone przekąski. W pobliżu znajdują się miejsca parkingowe oraz dogodny dojazd komunikacją miejską.

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi
- Niezbędny sprzęt (rzutnik, ekran, flipchart), toalety, dostęp do kuchni, szatnia na ubrania.

Kontakt



Anna Kurt

E-mail biuro@agastromii.pl

Telefon (+48) 571 515 558