



Marketing specjalistyczny w edukacji - budowanie pozycji i oferty szkoły

Numer usługi 2025/07/03/21247/2854824

3 000,00 PLN brutto

3 000,00 PLN netto

200,00 PLN brutto/h

200,00 PLN netto/h

TOMASZ
KOPCZYŃSKI
"SYNERGIA"

★★★★★ 4,6 / 5

349 ocen

📍 Szczecin / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 15 h

📅 18.09.2025 do 19.09.2025

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Zarządzanie zasobami ludzkimi

Grupa docelowa usługi

Usługa marketingu specjalistycznego w edukacji, skupiająca się na budowaniu pozycji i oferty szkoły, jest skierowana do **wszystkich instytucji edukacyjnych, niezależnie od ich statusu prawnego, poziomu nauczania czy specjalizacji, które dążą do strategicznego rozwoju i skutecznego konkurowania na rynku edukacyjnym.**

W ujęciu ogólnym, głównymi odbiorcami są:

- **Placówki Edukacyjne:** Obejmuje to **szkoły, przedszkola, żłobki, uczelnie wyższe, szkoły policealne, centra kształcenia zawodowego, szkoły językowe**, a także **inne podmioty oferujące edukację formalną i pozaformalną**. Kluczowe jest, że są to instytucje, które aktywnie poszukują sposobów na **zwiększenie swojej rozpoznawalności, przyciągnięcie i utrzymanie uczniów/studentów oraz wzmocnienie swojej pozycji rynkowej**.
- **Kadra Zarządzająca i Decyzyjna:** To **dyrektorzy, rektorzy, właściciele, menedżerowie ds. marketingu i rekrutacji** oraz wszystkie osoby w instytucji, które są odpowiedzialne za **strategię, rozwój i wizerunek placówki**. Są to osoby świadome

Minimalna liczba uczestników

3

Maksymalna liczba uczestników

30

Data zakończenia rekrutacji

17-09-2025

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

15

Cel

Cel edukacyjny

Uczestnik usługi będzie przygotowany do samodzielnego:

Projektowania i wdrażania skutecznych strategii marketingowych dla instytucji edukacyjnych, służących budowaniu silnej pozycji rynkowej.

Optymalizowania oferty edukacyjnej szkoły w odpowiedzi na potrzeby rynku i oczekiwania grupy docelowej.

Rozwijania i zarządzania pozytywnym wizerunkiem placówki edukacyjnej w środowisku konkurencyjnym.

Zwiększania efektywności działań promocyjnych i rekrutacyjnych w celu osiągnięcia celów strategicznych sz

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik wykazuje orientację w specyfice rynku edukacyjnego oraz kluczowych elementach strategii marketingowej szkoły.	Uczestnik poprawnie definiuje pojęcie UVP w kontekście szkoły oraz wskazuje min. 3 elementy analizy SWOT istotne dla placówki edukacyjnej.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik dokonuje wstępnej analizy strategicznej i identyfikuje kluczową grupę docelową.	Uczestnik identyfikuje kluczowe segmenty grupy docelowej oraz wskazuje podstawowe dane do analizy strategicznej dla wybranej placówki edukacyjnej.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik prezentuje wiedzę o roli marki w edukacji i zasadach budowania spójnego wizerunku.	Uczestnik wyjaśnia znaczenie misji i wartości w kontekście marki edukacyjnej oraz wymienia min. 2 czynniki wpływające na jej wizerunek.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik formułuje elementy wyróżniające markę szkoły.	Uczestnik wybiera najlepsze sformułowania opisujące unikalne cechy marki edukacyjnej spośród kilku propozycji.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik demonstruje wiedzę o metodach analizy oferty edukacyjnej i potrzebie jej dostosowania do rynku.	Uczestnik wymienia min. 3 aspekty, które należy wziąć pod uwagę przy optymalizacji oferty edukacyjnej.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik tworzy przekaz komunikacyjny dla kluczowych elementów oferty.	Uczestnik wybiera najskuteczniejszy przekaz marketingowy dla określonej usługi edukacyjnej spośród kilku wariantów.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik posiada wiedzę o różnorodnych kanałach komunikacji marketingowej w edukacji, w tym cyfrowych i tradycyjnych. Uczestnik planuje podstawową kampanię promocyjną z wykorzystaniem wybranych kanałów.	Uczestnik wskazuje min. 4 skuteczne kanały dotarcia do potencjalnych uczniów/rodziców oraz ich zastosowanie. Uczestnik przyporządkowuje odpowiednie narzędzia marketingowe do wskazanych celów kampanii rekrutacyjnej.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik wykazuje świadomość znaczenia budowania relacji i lojalności w kontekście placówki edukacyjnej.	Uczestnik wyjaśnia pojęcie "ambasadora marki szkoły" i wskazuje min. 2 działania budujące długoterminowe relacje.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik proponuje proste działania mające na celu zwiększenie zaangażowania społeczności szkolnej. Uczestnik posiada wiedzę o podstawowych miernikach efektywności działań marketingowych (KPI) i metodach analizy danych.	Uczestnik ocenia efektywność działań mających na celu zwiększenie zaangażowania społeczności szkolnej. Uczestnik poprawnie identyfikuje min. 2 kluczowe wskaźniki efektywności dla kampanii rekrutacyjnej.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik wyciąga wnioski z danych marketingowych i proponuje optymalizację strategii.	Uczestnik wybiera najlepsze wnioski i propozycje optymalizacji strategii na podstawie przedstawionych danych marketingowych.	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

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

I. Strategia i Fundamenty Marketingu Edukacyjnego

- Specyfika rynku edukacyjnego i rola marketingu.
- Analiza SWOT i identyfikacja unikalnej propozycji wartości (UVP) szkoły.
- Określenie i segmentacja grupy docelowej (uczniowie/rodzice/studenci).
- **Ćwiczenie:** Warsztat strategicznego pozycjonowania szkoły.

II. Budowanie Silnej Marki i Wizerunku Szkoły

- Kluczowe elementy marki edukacyjnej (misja, wartości, identyfikacja wizualna).
- Spójna komunikacja marki i jej wyróżniki.
- Zarządzanie reputacją i relacje z otoczeniem.
- **Ćwiczenie:** Kreowanie narracji marki.

III. Optymalizacja i Komunikacja Oferty Edukacyjnej

- Analiza i dostosowanie oferty do potrzeb rynku i oczekiwań grup docelowych.
- Projektowanie atrakcyjnych programów nauczania/kierunków.
- Efektywne prezentowanie wartości i korzyści płynących z oferty.
- **Ćwiczenie:** Warsztat tworzenia przekazów o ofercie.

IV. Skuteczne Kanały Komunikacji i Rekrutacji

- Wykorzystanie marketingu cyfrowego: strona internetowa, media społecznościowe, SEO/SEM, e-mail marketing.
- Dni otwarte, targi edukacyjne i lokalne działania promocyjne.
- Proces rekrutacji: od pierwszego kontaktu do zapisu.
- **Ćwiczenie:** Planowanie kampanii w wybranych kanałach.

V. Zarządzanie Relacjami i Lojalnością

- Budowanie długoterminowych relacji z uczniami, rodzicami i absolwentami.
- Programy ambasadorów i wykorzystanie rekomendacji.
- Obsługa klienta i komunikacja kryzysowa.
- **Ćwiczenie:** Scenariusze budowania zaangażowania.

VI. Monitoring, Analiza i Rozwój Strategii Marketingowej

- Mierzenie efektywności działań marketingowych (KPI).
- Analiza danych i raportowanie wyników.
- Optymalizacja strategii w oparciu o zebrane dane.
- Tworzenie indywidualnego planu działania dla własnej placówki.
- **Ćwiczenie:** Analiza danych i projektowanie planu dalszego rozwoju.
- walidacja

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 7

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 7 Strategia i Fundamenty Marketingu Edukacyjnego	Łukasz Kopczyński	18-09-2025	08:30	11:00	02:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
2 z 7 Optymalizacja i Komunikacja Oferty Edukacyjnej	Łukasz Kopczyński	18-09-2025	09:00	11:00	02:00
3 z 7 Budowanie Silnej Marki i Wizerunku Szkoły	Łukasz Kopczyński	18-09-2025	11:15	14:00	02:45
4 z 7 Skuteczne Kanały Komunikacji i Rekrutacji	Łukasz Kopczyński	18-09-2025	14:00	15:00	01:00
5 z 7 Zarządzanie Relacjami i Lojalnością	Łukasz Kopczyński	19-09-2025	08:30	11:00	02:30
6 z 7 Monitoring, Analiza i Rozwój Strategii Marketingowej	Łukasz Kopczyński	19-09-2025	11:15	14:45	03:30
7 z 7 walidacja	Łukasz Kopczyński	19-09-2025	14:45	15:30	00:45

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	3 000,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	3 000,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	200,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	200,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Łukasz Kopczyński

Łukasz Kopczyński to doświadczony trener i praktyk marketingu, specjalizujący się w budowaniu pozycji i oferty firm. W ciągu ostatnich pięciu lat zdobywał cenne doświadczenie, pracując na rzecz dynamicznego rozwoju różnorodnych przedsiębiorstw. Pomaga firmom wyróżnić się na rynku, efektywnie dotrzeć do grup docelowych i z sukcesem realizować cele biznesowe. Jego podejście łączy głęboką wiedzę o specyfice rynku z najnowszymi trendami w marketingu.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały w formacie PDF z prezentacji używanych podczas szkolenia.

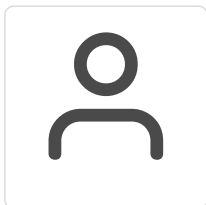
Adres

ul. bł. Królowej Jadwigi 27/28
70-262 Szczecin
woj. zachodniopomorskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Wi-fi

Kontakt



Weronika Brzostowska

E-mail weronika.brzostowska@synergia-pm.pl

Telefon (+48) 793 087 684