



Projektowanie strategii komunikacji - szkolenie

Numer usługi 2025/08/08/161607/2930526

2 952,00 PLN brutto
2 400,00 PLN netto
147,60 PLN brutto/h
120,00 PLN netto/h

Interactive

Advertising Institute

Sp. z o.o.

★★★★★ 4,8 / 5

5 ocen

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 20 h

📅 29.09.2025 do 03.10.2025

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Osoby chcące pogłębić swoją wiedzę i umiejętności w komunikacji marketingowej, z niewielkim doświadczeniem w marketingu.

Pracownicy działów strategii, kreacji oraz client service.

Usługa jest również adresowana do uczestników projektów:

- Kierunek Kariera Zawodowa,
- Kierunek – Rozwój.
- Małopolski pociąg do kariery
- oraz pozostałych projektów i osób indywidualnych

Minimalna liczba uczestników

4

Maksymalna liczba uczestników

15

Data zakończenia rekrutacji

26-09-2025

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

Liczba godzin usługi

20

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Znak Jakości Małopolskich Standardów Usług Edukacyjno-Szkoleniowych (MSUES) - wersja 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje do wzmocnienia kompetencji strategicznych w marketingu, jaką jest tworzenie strategii komunikacji. W zakresie wiedzy nt. rewizji komunikacji zewnętrznej oraz wyróżników komunikacji. Analizy motywacji i potrzeb klienta a także określania punktów styku z produktem na jego ścieżce zakupowej, tworzenia wytycznych komunikacji z zachowaniem niezbędnych jej elementów.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
WIEDZA: Charakteryzuje pojęcia strategii komunikacji oraz jego znaczenia w kontekście celów biznesowych i marketingowych.	definiuje strategię komunikacji, jej elementy składowe i znaczenie dla sukcesu marki	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	charakteryzuje etapy planowania strategii, w tym analizę trzech perspektyw: Było, Jest, Będzie	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	definiuje kluczowe elementy wdrażania strategii, takie jak działania kreatywne, insight, główna idea, tonality, narracja oraz media (Paid/Owned/Earned/Shared)	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
UMIEJĘTNOŚCI: Opracowuje i prowadzi strategię marketingowe dla klientów	planuje i realizuje działania kreatywne, opracowuje główną ideę, tworzy brand hero oraz fazuje strategię komunikacyjną	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	rozdziela pojęcie strategii na mniejsze cele i zadania oraz łączy cele biznesowe z marketingowymi, biorąc pod uwagę analizę produktu i konsumenta	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
KOMPETENCJE SPOŁECZNE: Rozwija zdolności analityczne i strategicznego myślenia oraz umiejętności komunikacyjne w kontekście pracy zespołowej	opanuje kompetencję współpracy przy tworzeniu strategii i analizy rynkowej oraz zdolność do prezentacji i uzasadniania swoich wniosków	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

1. Czym jest strategia komunikacji? - 3 h (teoria)

- Wyjaśnienie pojęcia i rozbicie go na mniejsze cele i zadania.
- Wy tłumaczenie skutecznej strategii komunikacji jako wyniku połączenia celów biznesowych i marketingowych z dobrym rozumieniem produktu i uwzględnieniem analizy konsumenta i jego potrzeb.

2. Planowanie strategii (3 h teoria, 3 h praktyka)

Podział prac na etapy, które są konieczne do opracowania skutecznej strategii i jej wdrożenia.

- • **Trzy perspektywy:**
 - Było/Jest/Będzie
 - Dla stworzenia unikalnych rozwiązań na przyszłość musimy poznać trzy perspektywy marki.

- **Było:**

Analiza ostatnich trzech lat życia marki na podstawie matrycy start/stop/continue.

- **Jest:**

Co działa w komunikacji, co nie działa i jakie cele stoją przed nami.

- **Będzie:**

Określenie celów biznesowych i marketingowych jakie stoją przed marką.

- • **Analiza konkurencji**

Wybieramy konkurencję – ważne, że mówimy nie tylko o konkurencji bezpośredniej ale również pośredniej. Analizujemy do jakiej grupy dociera, z jakim produktem i jakim komunikatem.

- • **Analiza kategorii**

Jak rozwija się kategoria w której działamy, co jest w niej głównym driverem, jakie są bariery i jaki jest poziom dojrzałości kategorii.

- • **Analiza konsumenta:**

Frameworki do analizy: Wykorzystanie zasady triage – definiujemy grupę, która jest z nami i nie wymaga działań, grupę, która mimo starań i tak nie będzie z nami i grupę, która wymaga naszych działań, żeby budować biznes.

3. Wdrożenie strategii (2,50 h teoria 3 h praktyka)

- • **Działania kreatywne**
 - Insight i główna idea. Story i ewentualny brand hero. Pożądany take-out z komunikacji. Tonality i język narracji.
 - **Fazowanie strategii** – jak rozwija się historia w czasie i jakie ma etapy oraz cele na poszczególnym z nich
 - **Media**

- Spark/Sustain/Dialog

- Paid/Owned/Earned/Shared

Walidacja test - 10 min

Warunki niezbędne do spełnienia przez uczestników usługi, aby realizacja usługi pozwoliła na osiągnięcie głównego celu: usługa/szkolenie nie wymaga od uczestników znajomości tematu z obszaru e-marketingu lub znajomość tematu może być na poziomie minimalnym, aktywność na zajęciach, minimalny poziom frekwencji - 100%. Frekwencja weryfikowana jest na podstawie raportów logowań.

Rozliczeniu podlegają godziny dydaktyczne (45 min.)

Trener dostosowuje przerwy do potrzeb uczestników (max. 10 min.) przerwy nie są wliczone w harmonogram szkolenia, trener stosując przerwy odpowiednio wydłuża zajęcia.

Szkolenie przeznaczone jest dla:

- Osób chcących pogłębić swoją wiedzę i umiejętności w komunikacji marketingowej, z niewielkim doświadczeniem w marketingu.
- Pracowników działów strategii, kreacji oraz client service.

Szkolenie będzie prowadzone z wykorzystaniem :

- tworzenie template briefu do działań strategicznych
- desk research i analiza przydatności źródeł wiedzy
- tworzenie person do analiz strategicznych
- poszukiwanie insightów dotyczących grupy celowej
- tworzenie kwestionariusza wywiadu
- symulacja wywiadu
- debaty i prezentacje w podgrupach
- określanie KPI na bazie celów strategicznych klienta

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 6

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 6 Czym jest strategia komunikacji? - Ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, współdzielenie ekranu	Bartosz Paczyński	29-09-2025	10:00	13:00	03:00
2 z 6 Planowanie strategii - Ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Bartosz Paczyński	30-09-2025	10:00	13:00	03:00
3 z 6 Planowanie strategii - Ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, współdzielenie ekranu	Bartosz Paczyński	01-10-2025	10:00	13:00	03:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
4 z 6 Wdrożenie strategii - Ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Bartosz Paczyński	02-10-2025	10:00	13:00	03:00
5 z 6 Wdrożenie strategii - Ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Bartosz Paczyński	03-10-2025	10:00	12:50	02:50
6 z 6 walidacja	-	03-10-2025	12:50	13:00	00:10

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	2 952,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	2 400,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	147,60 PLN
Koszt osobogodziny netto	120,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Bartosz Paczyński

Trener, konsultant i strateg z zakresu e-marketingu i e-biznesu. Od 2008 - właściciel agencji marketingowej Content Hero. Wykładowca akademicki na Akademii Leona Koźmińskiego. Certyfikowany Partner Google. Łącznie przeprowadził szkolenia na ponad 500 godzin szkoleniowych z tematyki SEM i e-marketingu.

Ukończył studia wyższe na kierunku politologia Uniwersytet SWPS. Pracował m.in. dla Manpower Group, Dassault Systemes, Bureau Veritas Polska, Reiffeisen Bank Polska, 99 Rent, BNP Paribas, Centrum Nauki Kopernik, Axel Springer Polska, Calypso Fitness, Uniwersytet Warszawski, Ministerstwo Finansów, Europejskie Centrum Konsumenckie, Almatour i wielu innych. W ostatnich 5 latach aktywnie działa w branży marketingowej, na bieżąco podnosząc swoje kompetencje i umiejętności.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Po szkoleniu uczestnicy otrzymają materiały szkoleniowe w formie elektronicznej:

- materiały autorskie, opracowane przez trenera, udostępniane uczestnikom drogą online, w formacie pdf.
- prezentację materiałów z internetu (serwisy www, infografiki, materiały multimedialne, filmy)
- bazę wiedzy: linki do serwisów i portali
- case study (najciekawsze przykłady z doświadczenia szkoleniowca)
- linki do publikacji branżowych IAB Polska

Uczestnicy otrzymają zaświadczenie o ukończeniu szkolenia, pod warunkiem min. 100% frekwencji.

Zalecana literatura:

1. Dave Chaffey, Fiona Ellis-Chadwick, Digital marketing. Strategy, implementation and practice. Edinburgh 2016
2. Simon Kingsnorth, Digital marketing strategy. An integrated approach to online marketing. London 2016
3. Philip Kotler, Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital, 2016
4. Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan, Marketing 5.0. Technology for Humanity, New Jersey 2021
5. Raport strategiczny IAB Polska
6. Raport Adex

Warunki uczestnictwa

Przed zapisaniem się proszę o kontakt szkolenia@dimaq.eu w celu potwierdzenia terminu i dostępności miejsc dla Uczestników.

Warunkiem uczestnictwa jest rejestracja i założenie konta w BUR, dokonanie zapisu na szkolenie za pośrednictwem BUR oraz spełnienie wszystkich warunków określonych przez Operatora.

Zapraszamy na inne szkolenia z e-marketingu, dostępne na stronie: <https://dimaq.pl/akademia-dimaq/>. Szkolenie może być również zorganizowane w formie szkolenia zamkniętego - na potrzeby konkretnego przedsiębiorstwa.

Warunki techniczne

Szkolenie będzie dostępne na platformie Zoom, Teams lub LiveWebinar. Każdy z uczestników dostanie link do szkolenia.

Minimalne wymagania sprzętowe, jakie musi spełniać komputer Uczestnika lub inne urządzenie do zdalnej komunikacji - system operacyjny Windows, macOS i Linux, zalecany: procesor dwurdzeniowy o taktowaniu co najmniej 2 Ghz (Intel i3/i5/i7 lub ekwiwalent AMD), pamięć RAM - 4 Gb

Minimalne wymagania dotyczące parametrów łącza sieciowego, jakim musi dysponować Uczestnik: dla audio 256 kb/s, Video w wersji HD – 4Mb/s – to są parametry górne graniczne.

System dopasowuje się do łącza i działa na każdych dostępnych parametrach.

Wymagane kamera i mikrofon.

Link umożliwiający uczestnictwo w spotkaniu on-line będzie aktywny przez cały okres trwania kursu.

Podstawą do rozliczenia usługi jest wygenerowanie z systemu raportu, umożliwiającego identyfikację wszystkich uczestników oraz zastosowanego narzędzia.

Kontakt



Agnieszka Fabianowicz

E-mail a.fabianowicz@dimaq.eu

Telefon (+48) 515 992 599