



AVENHANSEN Sp. z o.o.

★★★★☆ 4,4 / 5

1 371 ocen

Nowoczesne formy marketingu

Numer usługi 2025/08/18/5061/2943805

📍 Warszawa / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 16 h

📅 23.10.2025 do 24.10.2025

1 943,40 PLN brutto

1 580,00 PLN netto

121,46 PLN brutto/h

98,75 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Szkolenie jest skierowane do:

- pracowników działów marketingu
- osób, które chcą poznać zagadnienia dotyczące nowoczesnych form marketingu

Minimalna liczba uczestników

4

Maksymalna liczba uczestników

10

Data zakończenia rekrutacji

21-10-2025

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

16

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

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

Cel

Cel edukacyjny

Cele szkolenia jest przygotowanie do prowadzenia kreatywnych kampanii w mediach społecznościowych, promocji w Internecie oraz efektywnego kreowania wizerunku firmy w sieci.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Definiuje czym jest nowoczesny marketing	Opisuje czym jest i z czego się składa nowoczesny marketing	Wywiad swobodny
	Wymienia różnice między "klasycznym" marketingiem a "partyzanckim"	Wywiad swobodny
Stosuje typowe działania marketingu partyzanckiego	Opisuje czym jest Teaser release, Flash-mob, Early birds, Gry miejskie, Lifestyle insert, Ambient marketing, Marketing wirusowy, Storytelling, Event i inne.	Wywiad swobodny
Kreuje wizerunek marki w social media	Opisuje od czego zacząć działania w social media	Wywiad swobodny
	Definiuje czym jest marketing relacji	Wywiad swobodny
Charakteryzuje portale społecznościowe w Polsce oraz Blogi i Video Blog	Opisuje i zna zastosowanie portali: Facebook, LinkedIn, Instagram, Pinterest, Twitter, TikTok	Wywiad swobodny

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

Do udziału w szkoleniu zapraszamy pracowników działów marketingu zainteresowanych uzyskaniem wiedzy z zakresu nowoczesnych form marketingu, których celem jest:

- Oszczędność pieniędzy na działaniach marketingowych
- Zwiększenie przychodów ze sprzedaży
- Zwiększenie rozpoznawalności marki
- Szerokie dotarcie marki do odbiorców
- Wybranie odpowiednich działań marketingowych dla Twojego produktu/usługi
- Stworzenie optymalnego planu działań marketingowych

PROGRAM SZKOLENIA:

MODUŁ I. NOWOCZESNY MARKETING - CO TO?

1. Dla kogo?
2. Czym jest i z czego się składa.

MODUŁ II. RÓŻNICA MIĘDZY „KLASYCZNYM” MARKETINGIEM A MARKETINGIEM PARTYZANCKIM

1. Narzędzia marketingu klasycznego
2. Dlaczego marketing partyzancki?
3. Istotne różnice między marketingiem klasycznym a partyzanckim

MODUŁ III. PRZESTAWIAMY MYŚLENIE NA KREATYWNOŚĆ

1. Kreatywna rozgrzewka
2. Ćwiczenia do indywidualnej i zespołowej pracy kreatywnej
3. Nie tylko burza mózgów: czyli jak tworzyć kreatywne pomysły?

MODUŁ IV. TYPOWE DZIAŁANIA MARKETINGU PARTYZANCKIEGO

1. Teaser release
2. Flash-mob
3. Early birds
4. Gry miejskie
5. Lifestyle insert
6. Ambient marketing
7. Marketing wirusowy
8. Storytelling
9. Event i inne

MODUŁ V. KREOWANIE WIZERUNKU MARKI W SOCIAL MEDIA

1. Od czego zacząć działania w social media?
2. Budowanie lojalności z odbiorcą
3. Marketing relacji

MODUŁ VI. PORTALE SPOŁECZNOŚCIOWE W POLSCE: gdzie warto być?

1. Facebook: komunikacja przez fan page i pomysłowe kampanie reklamowe
2. LinkedIn: kreowanie profesjonalnego wizerunku i networking
3. Instagram + Pinterest: czyli różnica między nimi a Facebookiem, co i jak publikować?
4. Twitter czyli X: kogo śledzić, co publikować, w jakie dyskusje wchodzić?
5. TikTok: czy warto tam być? Tak! Jak i co warto publikować na TikToku? To nie tylko heheszki ;)

MODUŁ VII. BLOGI I VIDEO BLOGI

1. Rodzaje blogów: eksperckie, tematyczne, lifestyleowe
2. Jakiego bloga wybrać dla Twojej marki
3. Skuteczny copywriting i storytelling na bloga

MODUŁ VIII. CASE STUDIES NOWOCZESNEGO MARKETINGU

MODUŁ X. WALIDACJA

Metody pracy, które zastosujemy podczas szkolenia

- studia przypadków
- dzielenie się najlepszymi praktykami
- dyskusja
- wykład

Proporcja zajęć praktycznych do teoretycznych to 70/30

Usługa jest prowadzona w trybie godzin dydaktycznych (45min). Przerwy nie wliczają się w czas trwania usługi.

Więcej informacji na:

<https://szkolenia.avenhansen.pl/szkolenia-otwarte/nowoczesne-formy-marketingu-2025-05-22-warszawa.html>

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 2

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 2 Nowoczesne formy marketingu	WIKTORIA CZARNECKA	23-10-2025	10:00	16:00	06:00
2 z 2 Nowoczesne formy marketingu	WIKTORIA CZARNECKA	24-10-2025	09:00	16:00	07:00

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	1 943,40 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 580,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	121,46 PLN
Koszt osobogodziny netto	98,75 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

WIKTORIA CZARNECKA

W swojej pracy łączy PR & Marketing z wiedzą pedagogiczną. Działa pod własną marką: Sztyblety PR. Zajmuje się budowaniem tożsamości marki przez jej historię. Doradza i szkoli z storytellingu, marketingu historycznego, sportowego. Interesuje się kreatywnością w marketingu. Autorka pierwszej w Polsce książki o marketingu historycznym.

Członek Stowarzyszenia Sport Biznes Polska.

Pomysłodawca eventów: „Wakacje z PR” „Kobiecego Liga Mistrzyń” i projektu „Wiślackie Pokolenia”.

Pracowała w Biurze Prasowym Wisły Kraków, jako kierownik ds. PR w Widzewie Łódź. Posiada doświadczenie z pracy w agencji PR, w której zajmowała się markami z branży FMCG oraz produktów sanitarnych. Prowadziła komunikację w mediach społecznościowych marek terytorialnych: Urząd Marszałkowski Województwa Łódzkiego oraz Miasto Łódź.

Autorka artykułów w książce „Marketing sportowy. Profesjonalne zarządzanie w sporcie”. Współpracuje z Nowym Marketingiem i Marketingiem w Praktyce.

Wykonała edycję merytoryczną Handbooka "Design Thinking Zmienia Łódzkie". Była prelegentem m.in. na: Element Small Talks #1 Product & Interior, Którędy do Marketingu czy Creative Vibes, II Forum sąsiedzkie w Centrum OPUS, Rozwój NGO - nowoczesne metody i narzędzia, Łódzkie Innovation Days. Jest wykładowcą akademickim w Wyższej Szkole Ekologii i Zarządzania w Warszawie. Należała do zespołu naukowego w Europejskim Regionalnym Centrum Ekohydrologii Polskiej Akademii Nauk w Łodzi przy międzynarodowym projekcie ATENAS JPI Water.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Autorskie materiały szkoleniowe (skrypt, ćwiczenia, testy) oraz certyfikat ukończenia szkolenia (przy frekwencji min 80%).

Warunki uczestnictwa

Prosimy o wypełnienie formularza zgłoszeniowego na stronie „Baza Usług Rozwojowych” oraz AVENHANSEN

Informacje dodatkowe

W ramach szkolenia otwartego gwarantujemy Państwu:

- Miłą i fachową obsługę
- Profesjonalizm trenera
- Ciekawe materiały szkoleniowe

- Dyplomy ukończenia szkolenia
- Wsparcie poszkoleniowe Trenera (do miesiąca po zakończonym szkoleniu)
- Możliwość uzyskania pomocy od Trenerów poprzez profesjonalne forum szkoleniowe, stworzone specjalnie na tego rodzaju potrzeby.
- Możliwość wpływu na zakres i przebieg szkolenia akceptowalny przez wszystkich jego uczestników

Oferujemy również możliwość wymiany spostrzeżeń i wniosków z innymi uczestnikami szkolenia:

Zobacz forum: www.forum-szkolenia.pl

1 godz. szkolenia = 45 min.

Adres

ul. Wspólna 56
00-686 Warszawa
woj. mazowieckie

Centrum szkoleniowe WSPÓLNA

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Katarzyna Szypowska

E-mail kszypowska@avenhansen.pl

Telefon (+48) 515 212 452