

OZGA
GROUP**Marketing z wartością: autentyczność,
zaufanie, skuteczność**

Numer usługi 2025/10/02/134432/3053773

6 863,40 PLN brutto

5 580,00 PLN netto

214,48 PLN brutto/h

174,38 PLN netto/h

OZGA GROUP
SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚ
CIĄ

★★★★★ 4,7 / 5

2 213 ocen

📍 Poznań / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 32 h

📅 28.11.2025 do 27.01.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi**Szkolenie jest skierowane do:**

- zespołów marketingowych,
- brand managerów,
- liderów kreatywnych,
- account managerów,
- osób odpowiedzialnych za komunikację marek i klientów w agencjach marketingowych,
- osób, które chcą rozwijać się w obszarze marketingu opartego na wartościach (bez względu na zajmowane stanowisko).

Minimalna liczba uczestników

3

Maksymalna liczba uczestników

15

Data zakończenia rekrutacji

27-11-2025

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

32

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje uczestnika do tworzenia i wdrażania strategii marketingowych opartych na wartościach, autentyczności i zaufaniu. Wzmacnia relacje z klientami, partnerami i zespołem. Kształtuje komunikację spójną z misją firmy, angażującą odbiorców i inspirującą do współpracy. Wdraża rozwiązania sprzyjające długofalowemu rozwojowi i pozytywnemu wizerunkowi organizacji. Rozwija kompetencje przywódcze i umiejętność budowania kultury opartej na autentyczności oraz odpowiedzialności społecznej.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
WIEDZA: Charakteryzuje zasady autentycznego marketingu oraz wyjaśnia znaczenie wartości, spójności i transparentności w budowaniu wizerunku i zaufania do marki.	Opisuje idee i założenia autentycznego marketingu oraz rozumie rolę wartości, wiarygodności i przejrzystości w budowaniu zaufania i długofalowych relacji z odbiorcami.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Identyfikuje i określa wartości, które stanowią podstawę autentycznego przekazu marketingowego oraz dopasowuje je do działań komunikacyjnych marki.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Stosuje zasady komunikacji opartej na zaufaniu i wartościach w relacjach z zespołem, klientami i odbiorcami, budując partnerskie i trwałe relacje.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Projektuje strategie marketingowe oparte na autentyczności i zaufaniu oraz ocenia ich skuteczność poprzez analizę wskaźników efektywności (KPI).	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Współpracuje z innymi w sposób spójny z wartościami marki, ocenia własne działania pod kątem autentyczności i etyki oraz przyjmuje odpowiedzialność za budowanie zaufania w komunikacji i wizerunku marki.	Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
UMIEJĘTNOŚCI: Identyfikuje i definiuje wartości marki oraz przekłada je na autentyczny przekaz i działania komunikacyjne.	Opisuje idee i założenia autentycznego marketingu oraz wyjaśnia rolę wartości, spójności i przejrzystości w budowaniu zaufania i wiarygodności marki.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Identyfikuje i definiuje wartości marki oraz przekłada je na autentyczny przekaz i działania komunikacyjne. Stosuje zasady komunikacji opartej na wartościach i zaufaniu w relacjach z zespołem, klientami i odbiorcami, kształtując partnerskie i spójne relacje.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie Obserwacja w warunkach symulowanych
	Projektuje i wdraża strategie marketingowe oparte na autentyczności, dobierając adekwatne narzędzia i oceniając ich skuteczność na podstawie przyjętych wskaźników. Współpracuje z innymi w sposób zgodny z wartościami marki, ocenia własne działania pod kątem autentyczności i etyki oraz bierze odpowiedzialność za budowanie zaufania w komunikacji i relacjach zawodowych. Opisuje idee i założenia autentycznego marketingu oraz wyjaśnia rolę wartości, spójności i przejrzystości w budowaniu wiarygodności marki i zaufania odbiorców.	Obserwacja w warunkach symulowanych Obserwacja w warunkach symulowanych Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
UMIEJĘTNOŚCI: Stosuje zasady komunikacji opartej na zaufaniu i wartościach w relacjach z zespołem, klientami i odbiorcami.	Identyfikuje i definiuje wartości marki oraz przekłada je na autentyczny przekaz i działania komunikacyjne. Stosuje zasady komunikacji opartej na zaufaniu i wartościach w relacjach z zespołem, klientami i odbiorcami.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie Obserwacja w warunkach symulowanych
	Projektuje i wdraża działania marketingowe oparte na autentyczności, dobierając odpowiednie narzędzia i oceniając ich skuteczność na podstawie określonych wskaźników.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Współpracuje z innymi w sposób spójny z wartościami marki, ocenia własne postawy pod kątem autentyczności i etyki oraz bierze odpowiedzialność za budowanie relacji opartych na zaufaniu.	Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
UMIEJĘTNOŚCI: Projektuje i wdraża strategie marketingowe oparte na autentyczności i zaufaniu, mierząc ich skuteczność przy użyciu odpowiednich wskaźników (KPI).	Opisuje idee i zasady autentycznego marketingu oraz wyjaśnia znaczenie wartości, spójności i przejrzystości w budowaniu wiarygodnego wizerunku marki i zaufania odbiorców.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Identyfikuje i definiuje wartości marki oraz przekłada je na autentyczny przekaz i działania komunikacyjne.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Stosuje zasady komunikacji opartej na zaufaniu i wartościach w relacjach z zespołem, klientami i odbiorcami.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Projektuje i wdraża strategie marketingowe oparte na autentyczności i zaufaniu, mierząc ich skuteczność przy użyciu odpowiednich wskaźników (KPI).	Obserwacja w warunkach symulowanych
KOMPETENCJE SPOŁECZNE: Współpracuje i komunikuje się w sposób spójny z wartościami marki, oceniając własne działania i postawy pod kątem ich autentyczności, etyki i wpływu na relacje z innymi.	Współpracuje z innymi w sposób spójny z wartościami marki, ocenia własne postawy i działania pod kątem autentyczności oraz bierze odpowiedzialność za budowanie relacji opartych na zaufaniu i etyce komunikacji.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Wyjaśnia ideę autentycznego marketingu oraz rozumie znaczenie wartości, przejrzystości i spójności działań w budowaniu zaufania do marki.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Identyfikuje i definiuje kluczowe wartości marki oraz przekłada je na wiarygodny przekaz i konsekwentną komunikację.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Stosuje zasady komunikacji opartej na zaufaniu, empatii i wartościach w relacjach z zespołem, klientami i odbiorcami.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Buduje relacje oparte na zaufaniu i szacunku, kierując się wartościami marki oraz analizując własne zachowania pod kątem autentyczności, etyki i wpływu na otoczenie zawodowe.	Obserwacja w warunkach symulowanych

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

PROGRAM RAMOWY USŁUGI

Moduł 1: Autentyczność – siła prawdziwego marketingu

- **Autentyczność jako przewaga konkurencyjna** – dlaczego szczerość, spójność i transparentność stają się kluczem do zaufania klientów – zajęcia teoretyczne
- **Wartości jako kompas marki** – identyfikacja i definiowanie wartości, które tworzą autentyczny przekaz marketingowy – zajęcia praktyczne
- **Spójność między przekazem a działaniem marki** – jak mówić i działać w zgodzie z wartościami – zajęcia teoretyczne
- **Warsztat: odkrywanie DNA marki** – ćwiczenie z mapowaniem wartości i ich przełożeniem na komunikację – zajęcia praktyczne

Moduł 2: Zaufanie – fundament współpracy i komunikacji

- **Zaufanie w zespole marketingowym** – jak wartości wpływają na współpracę, komunikację i kreatywność – zajęcia teoretyczne
- **Komunikacja oparta na wartościach** – zasady jasnego, empatycznego i partnerskiego dialogu w zespole – zajęcia praktyczne
- **Zaufanie w relacji z klientem i odbiorcą** – jak budować trwałe relacje oparte na spójności słów i działań – zajęcia praktyczne
- **Ćwiczenie: symulacja komunikacyjna** – rozmowa z klientem lub partnerem z wykorzystaniem języka opartego na wartościach – zajęcia praktyczne

Moduł 3: Skuteczność – strategie, które mają sens i działają

- **Jak przekładać wartości na cele marketingowe** – tworzenie strategii, które łączą sens z wynikami – zajęcia teoretyczne
- **Storytelling z wartością** – opowieści, które angażują, inspirują i sprzedają bez nachalnej perswazji – zajęcia praktyczne
- **Mierzenie skuteczności marketingu opartego na wartościach** – KPI dla autentyczności, zaufania i zaangażowania – zajęcia praktyczne
- **Warsztat strategiczny: opracowanie mini-strategii marketingowej opartej na autentyczności i zaufaniu** – zajęcia praktyczne

Walidacja efektów uczenia się - test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie oraz obserwacja w warunkach symulowanych

Usługa będzie prowadzona przy wykorzystaniu **interaktywnych metod szkoleniowych**, które angażują uczestników i wspierają praktyczne uczenie się poprzez doświadczenie.

Podczas zajęć wykorzystywane będą m.in.:

- **dyskusje moderowane** – wymiana doświadczeń i refleksji między uczestnikami,
- **studia przypadków (case study)** – analiza rzeczywistych przykładów marek opartych na wartościach,

- **ćwiczenia grupowe** – wspólne opracowywanie rozwiązań i pomysłów marketingowych,
- **burza mózgów** – generowanie kreatywnych pomysłów dotyczących komunikacji i strategii,
- **symulacje i role play** – odgrywanie scenek opartych na sytuacjach z pracy zespołów marketingowych i kontaktów z klientami,
- **praca projektowa nad realnymi przykładami z firmy** – tworzenie praktycznych rozwiązań i strategii możliwych do wdrożenia po szkoleniu.

-
- **Czas trwania szkolenia 32 jednostek dydaktycznych, a 1 jednostka to 45 min, czyli szkolenie trwa 24 godziny + przerwy 1 godz. 30 min. Przerwy nie wliczają się do czasu trwania szkolenia. Walidacja 30 min.**
 - Przyjęte metody walidacji w pełni pozwalają na sprawdzenie uzyskania przez uczestnika oczekiwanych kompetencji w obszarze wiedza, umiejętności i kompetencje społeczne.
 - Osiągnięcie efektów uczenia się zostanie zweryfikowane w wymienionych formach walidacji i potwierdzone przez osobę wskazaną do walidacji w niniejszej karcie. Ta forma walidacji będzie wystarczająca, ponieważ test obejmuje pytania typu case study, które sprawdzają praktyczne zastosowanie zdobytej wiedzy.
 - „Usługodawca oświadcza, że proces walidacji jest zgodny z wytycznymi BUR.”
-

Warunki niezbędne do spełnienia (przez uczestników usługi), aby realizacja usługi pozwoliła na osiągnięcie głównego celu:

- minimalny poziom wykształcenia: nie jest wymagane
- Uczestnicy nie muszą wykazywać się minimalnym doświadczeniem / stażem aby uczestniczyć w usłudze rozwojowej
- osiągnięcie efektów uczenia się zostanie zweryfikowane w wymienionych formach walidacji i potwierdzone przez osobę wskazaną do walidacji w niniejszej karcie
- aktywność w trakcie prowadzenia usługi: udzielania informacji, angażowanie się w realizację usługi
- minimalny poziom obecności na zajęciach 80%
- minimalna liczba pracowników firmy, która powinna wziąć udział w usłudze - zgodnie z kartą

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 22

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 22 Przygotowanie do szkolenia - wprowadzenie	Izabela Janowska	28-11-2025	08:00	08:15	00:15
2 z 22 Autentyczność jako przewaga konkurencyjna – dlaczego szczerość, spójność i transparentność stają się kluczem do zaufania klientów – zajęcia teoretyczne	Izabela Janowska	10-12-2025	12:45	15:00	02:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
3 z 22 Wartości jako kompas marki – identyfikacja i definiowanie wartości, które tworzą autentyczny przekaz marketingowy – zajęcia praktyczne	Izabela Janowska	13-01-2026	08:00	09:00	01:00
4 z 22 Spójność między przekazem a działaniem marki – jak mówić i działać w zgodzie z wartościami – zajęcia teoretyczne	Izabela Janowska	13-01-2026	09:00	10:30	01:30
5 z 22 Przerwa	Izabela Janowska	13-01-2026	10:30	10:45	00:15
6 z 22 Warsztat: odkrywanie DNA marki – ćwiczenie z mapowaniem wartości i ich przełożeniem na komunikację – zajęcia praktyczne	Izabela Janowska	13-01-2026	10:45	13:00	02:15
7 z 22 Przerwa	Izabela Janowska	13-01-2026	13:00	13:15	00:15
8 z 22 Zaufanie w zespole marketingowym – jak wartości wpływają na współpracę, komunikację i kreatywność – zajęcia teoretyczne	Izabela Janowska	13-01-2026	13:15	15:15	02:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
9 z 22 Komunikacja oparta na wartościach – zasady jasnego, empatycznego i partnerskiego dialogu w zespole – zajęcia praktyczne	Izabela Janowska	13-01-2026	15:15	16:00	00:45
10 z 22 Komunikacja oparta na wartościach – zasady jasnego, empatycznego i partnerskiego dialogu w zespole – zajęcia praktyczne	Izabela Janowska	20-01-2026	08:00	08:30	00:30
11 z 22 Zaufanie w relacji z klientem i odbiorcą – jak budować trwałe relacje oparte na spójności słów i działań – zajęcia praktyczne	Izabela Janowska	20-01-2026	08:30	10:30	02:00
12 z 22 Przerwa	Izabela Janowska	20-01-2026	10:30	10:45	00:15
13 z 22 Ćwiczenie: symulacja komunikacyjna – rozmowa z klientem lub partnerem z wykorzystaniem języka opartego na wartościach – zajęcia praktyczne	Izabela Janowska	20-01-2026	10:45	12:15	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
14 z 22 Jak przekładać wartości na cele marketingowe – tworzenie strategii, które łączą sens z wynikami – zajęcia teoretyczne	Izabela Janowska	20-01-2026	12:15	13:45	01:30
15 z 22 Przerwa	Izabela Janowska	20-01-2026	13:45	14:00	00:15
16 z 22 Storytelling z wartością – opowieści, które angażują, inspirują i sprzedają bez nachalnej perswazji – zajęcia praktyczne	Izabela Janowska	20-01-2026	14:00	16:00	02:00
17 z 22 Storytelling z wartością – opowieści, które angażują, inspirują i sprzedają bez nachalnej perswazji – zajęcia praktyczne	Izabela Janowska	27-01-2026	08:00	09:00	01:00
18 z 22 Mierzenie skuteczności marketingu opartego na wartościach – KPI dla autentyczności, zaufania i zaangażowania – zajęcia praktyczne	Izabela Janowska	27-01-2026	09:00	11:00	02:00
19 z 22 Przerwa	Izabela Janowska	27-01-2026	11:00	11:15	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
20 z 22 Warsztat strategiczny: opracowanie mini-strategii marketingowej opartej na autentyczności i zaufaniu – zajęcia praktyczne	Izabela Janowska	27-01-2026	11:15	14:15	03:00
21 z 22 Przerwa	Izabela Janowska	27-01-2026	14:15	14:30	00:15
22 z 22 Walidacja efektów uczenia się - test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie oraz obserwacja w warunkach symulowanych	-	27-01-2026	14:30	15:00	00:30

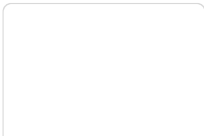
Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	6 863,40 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 580,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	214,48 PLN
Koszt osobogodziny netto	174,38 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1
Izabela Janowska



Trener, coach, mentorka. Specjalizacja: budowanie relacji, komunikacja, zarządzaniem zespołami i projektami, marketing i sprzedaż. Realizuje programy mentoringowe dla managerów, programy szkoleniowe, warsztaty dla zespołów i warsztaty wspierające kobiety w organizacjach. Prowadzi sesje indywidualne i autorskie warsztaty rozwojowe dla kobiet „MY SECRET POTENTIAL”. Jest mentorką w Fundacji Liderów Biznesu.

Ukończyła certyfikację Coacha Kognitywnego - Soul, Life & Business, Szkołę Facylitacji Pathways, certyfikację Mindsonar, Akademię Trenerów Mentalnych i Akademię Komunikacji. Ukończyła kurs Spirit Junkie Master Class Gabriele Bernstein. Przez 15 lat byłam członkiem zarządu w agencji public relations. Pracowałam zarówno dla największych marek, jak również dla średnich i małych firm. Wykształcenie wyższe- Uniwersytet ekonomiczny w Poznaniu - ekonomia - marketing i zarządzanie oraz PR. Doświadczenie zawodowe i kwalifikacje zdobyte nie wcześniej niż 5 lat: prowadzi aktywnie szkolenia m.in. w EY, Mercedes Duda. Kwalifikacje zawodowe 2022 r. - Certyfikowany Coach Kognitywny, Certyfikowany Facylitator; 2021 - Certyfikowany Trener Mentalny, Certyfikowany Trener Komunikacji; 2019 - Mentor Fundacja Liderów Biznesu

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

MATERIAŁY DLA UCZESTNIKÓW:

- prezentacja przygotowana przez trenera
- zestawy ćwiczeń dla uczestników szkolenia

Zostaną przekazane podczas szkolenia przez trenera w wersji elektronicznej oraz papierowej (tylko w pewnym zakresie).

UZUPEŁNIENIE INFORMACJI DODATKOWYCH:

- Usługa rozwojowa nie jest świadczona przez podmiot pełniący funkcję Operatora lub partnera w którymkolwiek Regionalnym Programie lub FERS.
- Usługa rozwojowa nie jest świadczona przez podmiot będący jednocześnie podmiotem korzystającym z usług rozwojowych o zbliżonej tematyce w ramach danego projektu.
- Usługa rozwojowa nie dotyczy umiejętności lub kompetencji podstawowych tj. (z ang. basic skills: literacy, numeracy, ICT skills).
- Usługa rozwojowa nie dotyczy kosztów usługi rozwojowej, której obowiązek przeprowadzenia na zajmowanym stanowisku pracy wynika z odrębnych przepisów prawa (np. wstępne i okresowe szkolenia z zakresu bezpieczeństwa i higieny pracy, szkolenia okresowe potwierdzające kwalifikacje na zajmowanym stanowisku pracy).
- Usługa rozwojowa nie obejmuje wzajemnego świadczenia usług w Projekcie o zbliżonej tematyce przez Dostawców usług, którzy delegują na usługi siebie oraz swoich pracowników i korzystają z dofinansowania, a następnie świadczą usługi w zakresie tej samej tematyki dla Przedsiębiorcy, który wcześniej występował w roli Dostawcy tych usług.
- Cena usługi nie obejmuje kosztów niezwiązanych bezpośrednio z usługą rozwojową, w szczególności koszty środków trwałych przekazywanych Przedsiębiorcom lub Pracownikom przedsiębiorcy, koszty dojazdu i zakwaterowania.
- Fakt uczestnictwa w każdym dniu usługi rozwojowej musi zostać potwierdzony przez uczestnika własnoręcznym podpisem złożonym na udostępnionej przez organizatora liście obecności.
- Usługa nie jest świadczona przez podmiot, z którym pracodawca lub delegowany pracownik korzystający ze wsparcia są powiązani kapitałowo lub osobowo.
- Usługa nie jest świadczona przez podmiot pełniący funkcję Beneficjenta lub partnera w danym projekcie oraz przez podmiot powiązany z Beneficjentem lub partnerem kapitałowo lub osobowo
- Usługodawca oświadcza, że proces walidacji jest zgodny z wytycznymi BUR

Informacje dodatkowe

Uczestnik szkolenia otrzyma:

- Zaświadczenie potwierdzające zdobyte kompetencje po zakończeniu usługi - min 80 % obecności **oraz zaliczenia zajęć w formie uzyskania wyniku pozytywnego 80% punktów z walidacji zgodnie z kartą usługi**
- Materiały szkoleniowe - opisane w karcie usług

INFORMACJE DODATKOWE:

- Usługodawca zapewnia realizację usługi rozwojowej uwzględniając potrzeby osób z niepełnosprawnościami (w tym również dla osób ze szczególnymi potrzebami) zgodnie ze Standardami dostępności dla polityki spójności 2021-2027.
- Karta usługi przygotowana została zgodnie z obowiązującym Regulaminem BUR m.in. w zakresie powierzenia usług.
- Usługa rozwojowa będzie realizowana zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa w tym przepisami prawa o VAT
- Cena usługi nie odbiega od cen rynkowych oraz, że cena jest adekwatna do jej zakresu.

Cd. w informacjach o materiałach dla uczestników

Adres

ul. Szamotulska 26

60-366 Poznań

woj. wielkopolskie

Usługodawca zapewnia realizację usługi rozwojowej uwzględniając potrzeby osób z niepełnosprawnościami (w tym również dla osób ze szczególnymi potrzebami) zgodnie ze Standardami dostępności dla polityki spójności 2021-2027.

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Marta Ozga

E-mail marta.ozga@ozgaconsulting.com

Telefon (+48) 501 161 301