

Polski Instytut
Treningu Mentalnego

E-commerce w praktyce – kurs certyfikowany

Numer usługi 2025/10/14/121120/3078515

6 500,00 PLN brutto

6 500,00 PLN netto

270,83 PLN brutto/h

270,83 PLN netto/h

POLSKI INSTYTUT
TRENINGU
MENTALNEGO
SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚ
CIĄ

★★★★★ 4,9 / 5

522 oceny

📍 Rzeszów / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 24 h

📅 09.12.2025 do 12.12.2025

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Sprzedaż
Identyfikatory projektów	Kierunek - Rozwój, Regionalny Fundusz Szkoleniowy II, Małopolski Pociąg do kariery, Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe, FELB.06.08-IZ.00-0083/24
Grupa docelowa usługi	Kurs Prowadzenie sprzedaży przez elektroniczne platformy sprzedażowe przeznaczony jest zarówno dla osób, które dopiero chcą rozpocząć swoją przygodę ze sprzedażą na platformach internetowych jak i dla tych którzy chcą efektywnie zarządzać sprzedażą na platformach sprzedażowych. Zwiększać swoje zyski i są zainteresowani zdobyciem nowych kwalifikacji zawodowych. Odkryciem sprawdzonych strategii sprzedaży oraz uzyskaniem przewagi na jednym z największych rynków e-commerce.
Minimalna liczba uczestników	2
Maksymalna liczba uczestników	20
Data zakończenia rekrutacji	08-12-2025
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	24

Cel

Cel edukacyjny

Celem szkolenia Prowadzenia sprzedaży przez elektroniczne platformy sprzedażowe jest przekazanie kompleksowej wiedzy i umiejętności oraz przygotowanie Państwa do samodzielnej realizacji zadań w obszarze prowadzenia sprzedaży w oparciu o wybraną elektroniczną platformę sprzedażową.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Określa rynek docelowy dla danego planowanego produktu lub usługi	Rozpoznaje cechy rynku docelowego dla danego produktu lub usługi (np. poziom popytu, nasycenie rynku, konkurencję poziomu cen, uwarunkowania prawne)	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	Posługuje się narzędziami analitycznymi dostępnymi w ramach wybranej elektronicznej platformy sprzedażowej lub używa narzędzi zewnętrznych, stosowanych do badania zainteresowania danymi produktami lub usługami oraz strukturą konkurencji	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	Ocenia biznesową zasadność wprowadzenia produktu lub usługi na rynek (potencjalną zyskowność) z użyciem narzędzi analitycznych	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Omawia proces zaopatrzenia sklepu w towary	Dobiera produkty do sprzedaży przez elektroniczną platformę sprzedażową	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	Wskazuje sposoby personalizacji oraz udoskonalenia produktu	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	Omawia zasady logistyki obowiązujące pomiędzy uczestnikami procesu zaopatrzenia sklepu w towary	Wywiad swobodny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	Wskazuje sposoby dokonywania rozliczeń pomiędzy uczestnikami procesu zaopatrzenia sklepu w towary	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
Omawia cechy rynku dostawców	Wymienia główne platformy sprzedażowe zrzeszające producentów i dostawców	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	Charakteryzuje specyfikę platform sprzedażowych zrzeszających producentów i dostawców	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	wskazuje parametry wpływające na wybór dostawcy (np. responsywność dostawcy liczbę przeprowadzonych transakcji, czas obecności dostawcy na platformie sprzedażowej, opinie o dostawcy)	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
Charakteryzuje ofert sprzedażową	Identyfikuje wady i zalety konkurencyjnej oferty sprzedażowej, wykorzystując dostępne narzędzia i technologie	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	Omawia zasady tworzenia oferty sprzedażowej, uwzględniając cenę i opis produktu zdjęcie, dodatkowe usługi dotyczące tej oferty	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Korzysta z elektronicznej platformy. sprzedażowej	Charakteryzuje specyfikę głównych elektronicznych platform sprzedażowych	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	Rozpoznaje istotne funkcje panelu administracyjnego wybranej elektronicznej platformy sprzedażowej	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	Posługuje się raportami sprzedaży dostępnymi na wybranej elektronicznej platformie sprzedażowej w celu optymalizacji oferty i efektów sprzedaży	Obserwacja w warunkach symulowanych
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	Omawia metody promocji dostępne na wybranej elektronicznej platformie sprzedażowej (np. kupony, zniżki, kampanie Pay Per Click)	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
Organizuje promocję produktów na wybranej elektronicznej platformie sprzedażowej	Charakteryzuje metody promocji na wybranej elektronicznej platformie sprzedażowej za pomocą narzędzi zewnętrznych, uwzględniając ich specyfikę (np. Google Ads, komunikacja organiczna i działania płatne w mediach społecznościowych)	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	Tworzy plan promocji danego produktu na wybranej elektronicznej platformie sprzedażowej	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
Przygotowuje ofertę produktu do sprzedaży przez wybraną elektroniczną platformę sprzedażową	Wskazuje wymogi w zakresie wizualizacji produktów na wybranej elektronicznej platformie sprzedażowej	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	Tworzy ofertę produktu na wybranej elektronicznej platformie sprzedażowej (tytuł, opis, słowa kluczowe charakteryzujące produkt)	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Wprowadza produkty na wybraną elektroniczną platformę sprzedażową	Wprowadza opis i cechy produktu zgodnie z wymogami wybranej elektronicznej platformy sprzedażowej	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	Optymalizuje parametry oferty sprzedażowej pod kątem wyszukiwarki wybranej elektronicznej platformy sprzedażowej	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	Dobiera metody kontaktu z klientem	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
Określa metody obsługi klienta elektronicznej platformy sprzedażowej	Kontaktuje się z klientem z wykorzystaniem dostępnych narzędzi	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	Omawia proces zwrotu i reklamacji towarów	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
Analizuje przebieg obsługi klienta wybranej elektronicznej platformy sprzedażowej	Dobiera metody badania poziomu satysfakcji klienta z przeprowadzonej transakcji przez wybraną elektroniczną platformę sprzedażową	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	Wprowadza odpowiednie poprawki w ofercie lub sposobie obsługi klienta	Test teoretyczny Obserwacja w warunkach symulowanych

Kwalifikacje

Kwalifikacje zarejestrowane w Zintegrowanym Rejestrze Kwalifikacji

Kwalifikacje	Prowadzenie sprzedaży przez elektroniczne platformy sprzedażowe
Kod kwalifikacji w Zintegrowanym Rejestrze Kwalifikacji	14068

Nazwa Podmiotu prowadzącego walidację	Zofia Leś UNLIMITED
Podmiot prowadzący walidację jest zarejestrowany w BUR	Nie
Nazwa Podmiotu certyfikującego	Zofia Leś UNLIMITED
Podmiot certyfikujący jest zarejestrowany w BUR	Nie

Program

Moduł 1 Tworzenie produktu - od pomysłu do produktu

- Tworzenie produktu na bazie już istniejących. Jak przebić się wśród konkurencji?
- Projektowanie i wybór opakowania - dlaczego tak, a nie inaczej?
- Dodatki i aspekty zwiększające konwersję sprzedaży (np. tzw. insert)

Moduł 2 Szukanie towaru - gdzie szukać i czym się kierować wybierając produkt do sprzedaży?

- Kategorie produktów, którymi warto się zainteresować
- Kryteria doboru dobrego produktu
- Czynniki, które decydują o dobrym produkcie

Moduł 3 Wyszukiwanie idealnego dostawcy produktu

- Negocjacje z dostawcą na przykładzie Chin
- Jak wyszukać dostawcę towaru
- Jak przeprowadzać rozmowę?
- Jak negocjować cenę?
- O czym nie zapomnieć?
- Niezbędne kalkulacje decydujące o rentowności produktu

Moduł 4 Kilka słów o imporcie do krajów Unii Europejskiej

- Numer EROI - niezbędnik
- Cło i VAT
- Freight Forwarder - czy potrzebny?

Moduł 5 Sprzedaż na marketplace Amazon

- Czym jest Amazon i czy nadal warto na nim sprzedawać?
- Amazonowski slang - wyjaśnienie słownictwa na amazonie
- Opłaty na Amazon - spis wszystkich kosztów
- Jaki kapitał na start FBA? Realne koszty
- Przydatne narzędzia dla sprzedawców Amazon Helium, Viral Launch, Jounge Scout, Merchant Words
- Konto Seller Central - krok po kroku
- Brand registry

Moduł 6 O jakich platformach warto pomyśleć przy sprzedaży zagranicznej?

Moduł 7 Własny sklep internetowy

- Najlepsze gotowe rozwiązania na rynku polskim
- Najlepsze gotowe rozwiązania na rynku światowym
- O czym pamiętać przygotowując sklep od strony technicznej?

Moduł 8 Promocja sklepu

- Media społecznościowe w promocji
- Systemy promocji - Facebook Ads, Google Ads, Pinterest Ads i inne.
- Dlaczego warto pamiętać o podpięciu pixeli konwersji?
- Influencer Marketing - dobre i złe praktyki

Moduł 9 **O czym pamiętać wprowadzając swój produkt na rynek na rynkach zagranicznych? (Veprack itp..)**

Moduł 10 **Case Study - przykład marki wprowadzonej na rynki Europy Zachodniej**

Kurs certyfikowany zakończony egzaminem

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 0

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
Brak wyników.					

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	6 500,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	6 500,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	270,83 PLN
Koszt osobogodziny netto	270,83 PLN
W tym koszt walidacji brutto	800,00 PLN
W tym koszt walidacji netto	800,00 PLN
W tym koszt certyfikowania brutto	800,00 PLN
W tym koszt certyfikowania netto	800,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 2



1 z 2

Kamil Grzesik

Trener i praktyk sprzedaży internetowej. Specjalista w zakresie sprzedaży międzynarodowej w oparciu o platformy: Amazon, Etsy oraz własne sklepy internetowe. Absolwent Szkoły Głównej Handlowej o profilu menedżerskim. Doświadczony przedsiębiorca w zakresie budowania marek z wieloletnim doświadczeniem. Specjalizuje się w tworzeniu sklepów internetowych oraz rozwiązań dla firm i przedsiębiorstw dążących do automatyzacji procesów.



2 z 2

Wojciech Woźnica

Trener i praktyk marketingu oraz ekspert budowania marki z 8-letnim doświadczeniem. Autor fanpage o zasięgu ponad 14mln osób. Twórca własnych marek odzieżowych oraz marek dedykowanych sprzedaży na platformie Amazon. Posiada doświadczenie w budowaniu i wprowadzaniu praktycznych strategii marketingowych.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymają zaświadczenie o ukończeniu szkolenia pod warunkiem uczestnictwa w usłudze na poziomie co najmniej 80%

Uczestnicy przyjmują do wiadomości, że usługa może być poddana monitoringowi z ramienia Operatora lub PARP i wyrażają na to zgodę.

1 godzina usługi to 60 minut przerwy są wliczone w czas szkolenia.

Adres

ul. 3 Maja 32/5
35-030 Rzeszów
woj. podkarpackie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Wi-fi

Kontakt



Sylwia Chyłek

E-mail kontakt@pitm.edu.pl

Telefon (+48) 729 835 005