



**Promocja miast i regionów w praktyce.  
Warsztaty budowania wizerunku,  
przygotowania strategii marketingu  
terytorialnego oraz skutecznego  
pozyskiwania turystów i inwestorów.**

1 832,70 PLN brutto  
1 490,00 PLN netto  
152,73 PLN brutto/h  
124,17 PLN netto/h

Centrum Organizacji  
Szkoleń i  
Konferencji SEMPER  
Magdalena  
Wolniewicz-Kesaria

Numer usługi 2025/12/20/8282/3224761

★★★★☆ 4,5 / 5

3 021 ocen

📄 Usługa szkoleniowa

📺 zdalna w czasie rzeczywistym

🕒 12:00 h

📅 18.06.2026 do 19.06.2026

## Informacje podstawowe

### Kategoria

Biznes / Marketing

### Grupa docelowa usługi

Przedstawiciele jednostek samorządu terytorialnego, Dyrektorzy departamentów promocji miast i regionów, specjaliści ds. PR, specjaliści ds. Marketingu i Promocji miast i regionów, pracownicy wydziałów promocji w samorządach miast, gmin i regionów, rzecznicy prasowi instytucji publicznych oraz wszystkie osoby zainteresowane omawianą podczas szkolenia tematyką.

### Minimalna liczba uczestników

2

### Maksymalna liczba uczestników

15

### Data zakończenia rekrutacji

17-06-2026

### Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

### Liczba godzin usługi

12

### Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Znak Jakości TGLS Quality Alliance

## Cel

### Cel edukacyjny

Usługa ma na celu nabycie kompetencji w zakresie budowania wizerunku, przygotowania strategii marketingu terytorialnego oraz skutecznego pozyskiwania turystów i inwestorów.

## Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
-	-	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

- szkolenie trwa 2 dni (łącznie 12h) i możesz w nim uczestniczyć z dowolnego miejsca dołączając do wirtualnego pokoju konferencyjnego wykorzystując urządzenie z dostępem do internetu
- zajęcia odbywają się w godzinach 09.00-15.00 każdego dnia według harmonogramu:

Dzień I

Godz.09:00-10.30-szkolenie (rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu, ćwiczenia)

1. Wstęp

-Przedstawienie trenera prowadzącego, podanie tematu i zagadnień

-Określenie celów szkoleniowych,

-Przedstawienie uczestników, zapoznanie z oczekiwaniami

-Logistyka szkolenia: czasokres, przerwy,

-Ćwiczenie wprowadzające w temat, dyskusja i podsumowanie

Godz.10:30 -10.40 -przerwa

Godz. 10.40-12.00 -szkolenie (rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu, ćwiczenia)

2. Rozwinięcie określenia: marketing terytorialny

-Pojęcie marketingu terytorialnego

-Miejsce promocji w strukturach regionu

-Superprodukt, megaprodukt – określenie miasta/regionu/miejsca

-Do kogo kierujemy przekaz marketingowy, do jakich grup, segmentów – końcowi zainteresowani wizerunkiem i promocją,

-Strategia promocji miast i regionów

Godz.12.00-12.20 -przerwa

Godz.12:20-13.30 -szkolenie (rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu, ćwiczenia)

3. Promocja regionu jako część wchodząca w skład marketingu terytorialnego

-Konkurencyjność regionów i jego wpływ na efekt końcowy kampanii

promocyjnej – czynniki konkurencyjności

-Walory regionu/miejsca

-Skuteczność działań promocyjnych , a istniejąca misja i strategia

-Marketing mix w ujęciu budowania promocji i wizerunku regionu/powiatu/województwa

-Aktualny wizerunek regionu/miasta

-Etapu kształtowania wizerunku regionu/terytorium

-Istniejące opinie, poglądy, stereotypy i uprzedzenia na temat regionu i jego atrakcyjności

-Etapu procesu promocji i budowania wizerunku

Godz.13.30-13.40 -przerwa

Godz.13.40-15.00 -szkolenie (rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu, ćwiczenia)

4. Kryterium funkcji jaką pełni region wobec otoczenia biznesowo-turystycznego

-Narzędzia kształtowania wizerunku w odniesieniu do otoczenia

-Elementy materialne i niematerialne regionu/okolicy

-Marketing mix, a promocja regionu, elementy marketingu mix

-Marketing terytorialny, a lokalny system polityczno-gospodarczy

Dzień II

Godz.09:00-10.30-szkolenie (rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu, ćwiczenia)

5. Wizerunek jako efekt podejmowanych działań promocyjnych w regionie

-Istniejący w świadomości odbiorców wizerunek regionu

-Różnice pomiędzy tożsamością, a wizerunkiem

-Kształtowanie wizerunku

-Odbiorcy działań promocyjnych w regionie, a jego wizerunek w ich oczach

Godz.10:30 -10.40 -przerwa

Godz. 10.40-12.00 -szkolenie (rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu, ćwiczenia)

6. Charakterystyka grup odbiorców działań promocyjnych

-Kryteria wyboru adresatów promocji

-Działania promocyjne skierowane do mieszkańców regionu

-Cele działań promocyjnych nakierowanych na turystów

-Cele działań promocyjnych nakierowanych na inwestorów, instytucje, organizacje

-Instrumenty promocyjne – kreatywność i innowacyjność w cenie! (hasło, logo, flaga, kolorystyka, idea) - „Dla każdego coś trafnego, potrzebnego i miłego”

Godz.12.00-12.20 -przerwa

Godz.12:20-13.30 -szkolenie (rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu, ćwiczenia)

7. Budowa kampanii promocyjnej, strategii promocji dla regionu/terenu, sposoby i kanały komunikacyjne

-Zaprojektowanie założeń

-Cele strategiczne – od czego zacząć?

-Przygotowanie planu marketingowego

-Region jako marka, identyfikator, skojarzenia

-Ustalenie harmonogramu pracy i zasobów ludzkich i materiałowych

Godz.13.30-13.40 -przerwa

Godz.13.40-14.45 -szkolenie (rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu, ćwiczenia)

8. Badania fokusowe, panele, media i inne instrumenty głoszące: „dobra nowinę” o regionie i mieście.

-Niestandardowe instrumenty, metody i sposoby promocji (nowe usługi, nowe produkty, nowe sposoby

-Pomiar rezultatów kampanii promocyjnej regionu/miasta

-Monitoring zaplanowanych i realizowanych działań cząstkowych

-Przełożenie działań i wykorzystanie instrumentów na korzyści dla mieszkańców, inwestorów i turystów w regionie

9. Część warsztatowa

-Najlepsze praktyki z regionów, miast i gmin.

Metody warsztatowe:

- Analizy przypadków
- Ćwiczenia w parach
- Gry zespołowe
- Dyskusje moderowane
- „Burza mózgów”
- Metody rozwiązywania problemów wykorzystane w odniesieniu do tematu
- Mini wykład
- Pytania i odpowiedzi

Godz.14.45-14.50 - ankieta ewaluacyjna

Godz.14.50-15.00 – podsumowanie i zakończenie szkolenia

Szkolenie będzie realizowane w wymiarze 12-godzinnym, gdzie 1 godzina odpowiada godzinie zegarowej ( 60min. )

## Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 2

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>1 z 2</b> Promocja miast i regionów w praktyce.	Trener SEMPER	18-06-2026	09:00	15:00	06:00
<b>2 z 2</b> Promocja miast i regionów w praktyce.	Trener SEMPER	19-06-2026	09:00	15:00	06:00

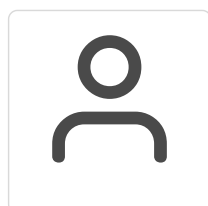
## Cennik

### Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	1 832,70 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 490,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	152,73 PLN
Koszt osobogodziny netto	124,17 PLN

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



**1 z 1**

**Trener SEMPER**

Trener Centrum Organizacji Szkoleń i Konferencji SEMPER

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

- otrzymujesz certyfikat wydany przez jedną z wiodących firm szkoleniowych w Polsce
- materiały szkoleniowe w wersji elektronicznej
- masz dostęp do konsultacji poszkoleniowych w formie e-mail do 4 tygodni po zrealizowanym szkoleniu
- otrzymujesz indywidualną kartę rabatową upoważniającą do 10% zniżki na wszystkie kolejne szkolenia stacjonarne i online organizowane przez Centrum Organizacji Szkoleń i Konferencji SEMPER

### Warunki uczestnictwa

Dla jednostek budżetowych finansujących udział w szkoleniu w minimum 70% lub w całości ze środków publicznych stawka podatku VAT = zw.

Usługa będzie rejestrowana w celu kontroli i audytu. Wizerunek uczestników szkolenia będzie rejestrowany.

## Informacje dodatkowe

### Metody pracy podczas szkolenia on-line:

- wygodna forma szkolenia - wystarczy dostęp do urządzenia z internetem (komputer, tablet, telefon), słuchawki lub głośniki i ulubiony fotel
- szkolenie realizowane jest w nowoczesnej formie w wirtualnym pokoju konferencyjnym i kameralnej grupie uczestników
- bierzesz udział w pełnowartościowym szkoleniu - Trener prowadzi zajęcia "na żywo" - widzisz go i słyszysz
- pokaz prezentacji, ankiet i ćwiczeń widzisz na ekranie swojego komputera w czasie rzeczywistym.
- podczas szkolenia Trener aktywizuje uczestników zadając pytania, na które można odpowiedzieć w czasie rzeczywistym
- otrzymujesz certyfikat wydany przez jedną z wiodących firm szkoleniowych w Polsce
- masz dostęp do konsultacji poszkoleniowych w formie e-mail do 4 tygodni po zrealizowanym szkoleniu
- otrzymujesz indywidualną kartę rabatową upoważniającą do 10% zniżki na wszystkie kolejne szkolenia stacjonarne i online organizowane przez Centrum Organizacji Szkoleń i Konferencji SEMPER

## Warunki techniczne

1. **Platforma /rodzaj komunikatora, za pośrednictwem którego prowadzona będzie usługa** - Platforma **Zoom** (<https://zoom-video.pl/>)
2. **Minimalne wymagania sprzętowe, jakie musi spełniać komputer Uczestnika lub inne urządzenie do zdalnej komunikacji** - komputer, laptop lub inne urządzenie z dostępem do internetu
3. **Minimalne wymagania dotyczące parametrów łącza sieciowego, jakim musi dysponować Uczestnik** - minimalna prędkość łącza: 512 KB/sek
4. **Niezbędne oprogramowanie umożliwiające Uczestnikom dostęp do prezentowanych treści i materiałów** - komputer, laptop lub inne urządzenie z dostępem do internetu. Nie ma potrzeby instalowania specjalnego oprogramowania.
5. **Okres ważności linku umożliwiającego uczestnictwo w spotkaniu on-line** - do momentu zakończenia szkolenia
6. Potrzebna jest zainstalowana najbardziej aktualna oficjalna wersja jednej z przeglądarek: **Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, Edge lub Opera**. Procesor dwurdzeniowy 2GHz lub lepszy (zalecany czterordzeniowy); 2GB pamięci RAM (zalecane 4GB lub więcej); System operacyjny taki jak Windows 8 (zalecany Windows 10), Mac OS wersja 10.13 (zalecana najnowsza wersja), Linux, Chrome OS. Łącze internetowe o minimalnej przepustowości do zapewnienia transmisji dźwięku 512Kb/s, zalecane min. 2 Mb/s oraz min. 1 Mb/s do zapewnienia transmisji łącznie dźwięku i wizji, zalecane min. 2,5 Mb/s.

## Kontakt



**Angelika Poznańska**

**E-mail** [info@szkolenia-semper.pl](mailto:info@szkolenia-semper.pl)

**Telefon** (+48) 570 590 060