



WORKING
PROGRESS SPÓŁKA
Z OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚ
CIĄ

Brak ocen dla tego dostawcy

Ustalanie Ceny Katalogowej (Podstawowej) na Rynku Konsumenckim

Numer usługi 2026/01/07/201255/3243363

553,50 PLN brutto
450,00 PLN netto
138,38 PLN brutto/h
112,50 PLN netto/h

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

📄 Usługa szkoleniowa

🕒 4 h

📅 19.01.2026 do 19.01.2026

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Zarządzanie przedsiębiorstwem
Grupa docelowa usługi	Szkolenie jest skierowane do • Właściciele i zarządy małych i średnich przedsiębiorstw działających na rynku konsumenckim, • dyrektorzy finansowi, menedżerowie sprzedaży i produktu odpowiedzialni za decyzje cenowe. • Osoby odpowiedzialne za ustalanie cen, które chcą zastąpić intuicyjne metody pricingowe strategicznym podejściem. Sektor: Mikro, Małe i Średnie Przedsiębiorstwa (MŚP) z różnych branż (usługi, handel, produkcja).
Minimalna liczba uczestników	4
Maksymalna liczba uczestników	12
Data zakończenia rekrutacji	14-01-2026
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	4
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Certyfikat systemu zarządzania jakością wg. ISO 9001:2015 (PN-EN ISO 9001:2015) - w zakresie usług szkoleniowych

Cel

Cel edukacyjny

Usługa szkoleniowa przygotowuje do samodzielnego wyznaczania cen katalogowych (podstawowych, standardowych) w swoim przedsiębiorstwie. Osoba uczestnicząca zdobędzie niezbędną wiedzę o wyznaczaniu ceny katalogowej na rynku konsumenckim, nauczy się ustalać ceny dla nowych produktów oraz korygować dla istniejących. Celem szkolenia jest zdobycie wiedzy i umiejętności pozwalających na świadome podejmowanie właściwych decyzji dotyczących cen katalogowych. Usługa jest dostosowana do realiów MŚP.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
WIEDZA: Rozróżnia i definiuje trzy podstawowe metody ustalania cen katalogowych (kosztową, konkurencyjną, wartościową) oraz rozumie ich znaczenie dla wyników finansowych MŚP.	Poprawnie wymienia 3 fundamentalne cechy cen katalogowych i wskazuje sytuacje, w których każda z nich znajduje zastosowanie.	Test teoretyczny
	Opisuje typowe błędy w ustalaniu cen katalogowych, w tym pułapki związane z nadmiernym poleganiem na metodzie „koszt plus” oraz ślepym naśladowaniem konkurencji.	Test teoretyczny
	Definiuje pojęcia: cena katalogowa, cena transakcyjna, polityka cenowa, pricing (zarządzanie ceną), promocja cenowa, próg cenowy, strategia cenowa	Test teoretyczny
	Tworzy mapę bieżącej polityki cenowej firmy, poprawnie identyfikując główne pola do optymalizacji cen katalogowych.	Obserwacja w warunkach symulowanych
UMIEJĘTNOŚCI: Przeprowadza audyt i formułuje rekomendacje optymalizacyjne dla obecnych cen katalogowych.	Proponuje co najmniej 2 konkretne zmiany ceny katalogowej mające na celu podniesienie zysku.	Wywiad swobodny
	Wskazuje na konkretnym przykładzie (w tym z gry symulacyjnej) wpływ zmiany ceny na rentowność, wolumen sprzedaży oraz zachowania rynku.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Na podstawie danych z case study oblicza i wskazuje cenę katalogową optymalizującą zysk.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Na podstawie informacji z case study opracowuje propozycję działań w obszarze cen katalogowych w celu dalszej poprawy wyników firmy.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
KOMPETENCJE SPOŁECZNE: Formuluje i uzasadnia w sposób merytoryczny potrzebę profesjonalnego podejścia do ustalania cen katalogowych w organizacji.	Podczas dyskusji przedstawia swoją propozycję prcingową, odwołując się do korzyści dla klienta, zysku firmy oraz celów strategicznych przedsiębiorstwa.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Konstruktywnie odpowiada na co najmniej jedno trudne pytanie kwestionujące proponowaną zmianę cen, wykorzystując argumenty z zakresu rentowności i pozycjonowania cenowego.	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

Szkolenie prowadzone jest w małej grupie, Osoba uczestnicząca w szkoleniu nie musi posiadać doświadczenia, gdyż prowadzący przekaze całą niezbędną wiedzę na szkoleniu.

Szkolenie będzie zawierało około 30 % czasu zajęć teoretycznych oraz 70% czasu zajęć praktycznych. Szkolenie prowadzone jest w godzinach zegarowych, przerwy oraz walidacja jest wliczona w czas usługi szkoleniowej

BLOK 1 (90 minut)

- Wprowadzenie do cen katalogowych w B2C – definicje, znaczenie biznesowe, typowe błędy.
- Pozycjonowanie cenowe firmy.
- Wybór strategii cenowych,
- Funkcje progów cenowych,
- Różne metody wyznaczania cen katalogowych.
- Warsztat: gra symulacyjna pokazująca wpływ różnych metod ustalania cen katalogowych na wyniki firmy.

PRZERWA (15 minut)

BLOK 2 : (90 minut)

- Praca na rzeczywistym przypadku - ustalenie cen katalogowych dla wybranych produktów w firmie - obserwacje, wnioski, decyzje.
- Warsztat: użycie narzędzia wspierającego wyznaczanie cen katalogowych.

Validacja: 45 minut

- Test wiedzy
- Zadania praktyczne
- Obrona rekomendacji

Całość czasowa usługi to 4h

Start szkolenia o godzinie 10:00

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 4

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 4 BLOK 1	ZBIGNIEW WIERZCHOŁOWSKI	19-01-2026	10:00	11:30	01:30
2 z 4 PRZERWA	ZBIGNIEW WIERZCHOŁOWSKI	19-01-2026	11:30	11:45	00:15
3 z 4 BLOK 2	ZBIGNIEW WIERZCHOŁOWSKI	19-01-2026	11:45	13:15	01:30
4 z 4 WALIDACJA	-	19-01-2026	13:15	14:00	00:45

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	553,50 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	450,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	138,38 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

ZBIGNIEW WIERZCHOŁOWSKI

Ekspert ds. zarządzania ceną i ofertą Praktyk z 18-letnim doświadczeniem w budowaniu i optymalizacji modeli przychodowych dla MŚP oraz korporacji. Przez 16 lat zarządzał zespołami w strukturach macierzowych, wdrażając strategie marketing-mix dla zróżnicowanych portfeli produktów i usług. Specjalizacja:

- Pricing i zarządzanie ofertą – projektowanie architektury cenowej, polityk rabatowych i strategii pozycjonowania wartości
- Transformacja modeli biznesowych – przeprowadzenie ponad 100 projektów dla 20+ organizacji z różnych branż
- Zwinne zarządzanie – 10 lat praktyki w metodach Agile (Scrum, Kanban) w środowiskach korporacyjnych i MŚP

Podejście:

Łączy myślenie systemowe z praktycznym wdrożeniem. Koncentruje się na tym, jak decyzje cenowe i ofertowe przekładają się na wynik finansowy firmy.

Aktualność wiedzy:

Trener posiada aktualną wiedzę merytoryczną i rynkową, zdobytą w ciągu ostatnich 5 lat. Wynika ona z ciągłej aktywności na rynku usług komercyjnych, stałej współpracy z przedsiębiorstwami przy projektach transformacyjnych oraz bieżącej aktualizacji kompetencji w zakresie najnowszych trendów w marketingu.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Analiza problemu (obserwacje, wnioski, rekomendacje), podręcznik szkolenia, gra symulująca zachowania rynkowe w kontekście ustalania ceny katalogowej, narzędzie kalkulujące ceny katalogowe

Informacje dodatkowe

Usługa jest zwolniona z podatku VAT w przypadku, gdy finansowanie pochodzi co najmniej w 70% ze środków publicznych.

Podstawa prawna: § 3 ust. 1 pkt 14 Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20 grudnia 2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień (t.j. Dz. U. z 2023 r. poz. 955 z późn. zm.).

Warunki techniczne

Stabilne połączenie internetowe min. 10 Mbps, kamera i mikrofon, przeglądarka z obsługą platformy szkoleniowej (Chrome, Firefox, Edge).

Kontakt



ZBIGNIEW WIERZCHOŁOWSKI

E-mail zwierzcholowski@gmail.com

Telefon (+48) 796 563 943