



Marketing usług medycznych w praktyce. Warsztaty szkoleniowe. Certyfikowane szkolenie, forma zdalna w czasie rzeczywistym.

Numer usługi 2026/02/04/8282/3306654

2 078,70 PLN brutto
1 690,00 PLN netto
173,23 PLN brutto/h
140,83 PLN netto/h
250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

Centrum Organizacji
Szkoleń i
Konferencji SEMPER
Magdalena
Wolniewicz-Kesaria

📎 Usługa szkoleniowa
📺 zdalna w czasie rzeczywistym
🕒 12:00 h
📅 17.12.2026 do 18.12.2026

★★★★☆ 4,5 / 5

3 024 oceny

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Szkolenie zostało zaprojektowane z myślą o pracownikach usług medycznych, którzy potrzebują wsparcia w zakresie doskonalenia komunikacji z pacjentem przez skuteczne działania marketingowe. Szkolenie skierowane jest do właścicieli placówek medycznych, menedżerów zarządzających zakładami opieki zdrowotnej, pracowników PR placówek medycznych, kierowników i specjalistów do spraw marketingu i komunikacji marketingowej obsługujących placówki medyczne oraz osób zainteresowanych zdobyciem umiejętności w zakresie zarządzania procesami usług medycznych i świadomego budowania profesjonalnego wizerunku placówki medycznej.

Minimalna liczba uczestników

2

Maksymalna liczba uczestników

15

Data zakończenia rekrutacji

16-12-2026

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 z zakresu marketingu usług medycznych, samodzielnego zarządzania marketingiem placówki medycznej, przeprowadzania kampanii reklamowych w mediach oraz budowania pozytywnego wizerunku organizacji. Szkolenie ma na celu doskonalenie jakości usług przez stosowanie skutecznych metod marketingowych i kierunków działania PR placówek opieki zdrowotnej a także wpływanie na zadowolenie pacjentów przez świadome budowanie relacji personelu

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

Grupa docelowa

Szkolenie zostało zaprojektowane z myślą o pracownikach usług medycznych, którzy potrzebują wsparcia w zakresie doskonalenia komunikacji z pacjentem przez skuteczne działania marketingowe. Szkolenie skierowane jest do właścicieli placówek medycznych, menedżerów zarządzających zakładami opieki zdrowotnej, pracowników PR placówek medycznych, kierowników i specjalistów do spraw marketingu i komunikacji marketingowej obsługujących placówki medyczne oraz osób zainteresowanych zdobyciem umiejętności w zakresie zarządzania procesami usług medycznych i świadomego budowania profesjonalnego wizerunku placówki medycznej.

Program szkolenia

Program szkolenia stanowi prawnie chronioną własność intelektualną, a jego przetwarzanie, rozpowszechnianie lub korzystanie z niego bez wiedzy i zgody autora jest zabronione.

1. Wprowadzenie do problematyki marketingu usług medycznych

- Nowoczesny marketing - jakie daje możliwości placówce medycznej?
- PR i marketing usług medycznych
- Prawne aspekty marketingu usług medycznych

2. Rozpoznawalność pomaga czyli budowanie wizerunku w usługach medycznych

- Jak zbudować profesjonalną markę w opiece zdrowotnej
- Techniki i zasady budowania wizerunku placówki usług medycznych

3. Budowanie wizerunku osobistego menedżerów i pracowników służby zdrowia składową wizerunku placówki medycznej

- Istota budowania wizerunku pracowników służby zdrowia
- Różnice i podobieństwa w budowaniu wizerunku osoby i wizerunku organizacji
- Metody budowania wizerunku menedżera placówki medycznej

4. Branding w marketingu usług medycznych

- System identyfikacji wizualnej placówki zdrowotnej i jego rola w budowaniu wizerunku organizacji
- Procedura projektowania systemu identyfikacji wizualnej firmy
- Zasady i etapy budowania systemu całościowej identyfikacji
- Zarządzanie wizerunkiem placówki medycznej a system identyfikacji wizualnej

5. Kiedy przeprowadzić rebranding marki usług medycznych

- Odświeżanie i zmiana wizerunku marki
- Odświeżanie i zmiana wizerunku przedsiębiorstwa
- Ewolucja marek

6. Skuteczna strategia reklamowa w opiece medycznej

- Strategia reklamowa i marketingowa
- Planowanie, wdrażanie i analiza strategii
- Efektywna strategia komunikacji z pacjentem
- Strategiczne promowanie organizacji opieki zdrowotnej

7. Polityka wizerunkowa placówki medycznej

- Istota i cele public relations
- Strategia wizerunkowa a polityka wizerunkowa organizacji
- Działania informacyjne i public relations w praktyce
- Przepływ informacji i systemy informacyjne wewnątrz organizacji
- Marketing relacyjny w placówkach medycznych
- Komunikacja z pacjentem a budowanie dobrych relacji lekarz-pacjent

8. Content marketing usług medycznych

- Content marketing a techniki kreowania wizerunku placówki medycznej
- Mówione, pisemne i wizualne techniki kreowania treści
- Proces budowania relacji z otoczeniem i reputacji organizacji przez efektywny Content marketing w usługach medycznych

9. Istota Employer Branding w sektorze ochrony zdrowia

- Determinanty wizerunku pracodawcy
- Kapitał ludzki w organizacji
- Employer Branding i rola pracowników w kształtowaniu wizerunku placówki medycznej

10. E-Public Relations placówki medycznej i współpraca z mediami - media relations

- Media i ich rola w procesie budowania wizerunku
- Polityka działań PR względem różnych mediów według określonej formy działań komunikacji zewnętrznej
- Kształtowanie korzystnej opinii mediów o organizacji zdrowotnej
- Współpraca z prasą, radiem, telewizją w celu budowania korzystnego wizerunku firmy w mediach – techniki i budowanie relacji z mediami

11. Wewnętrzne public relations w usługach medycznych

- Działania PR w komunikacji wewnętrznej w organizacji
- Model procesu skutecznej komunikacji
- Komunikacja wewnętrzna jako element budowania wizerunku
- Kultura organizacyjna jako system zachowań pracowników i reprezentantów placówki medycznej
- Spotkania służbowe jako element budowania komunikacji i wizerunku organizacji

12. Public relations w sytuacjach kryzysowych w placówce medycznej

- Pojęcie kryzysu w organizacji usług medycznych
- Źródła i przyczyny kryzysu w organizacji
- Zarządzanie wizerunkowe w sytuacji kryzysowej
- Typy sytuacji kryzysowych oraz przykłady zachowań
- Elementy planu i zasady rozwiązania sytuacji kryzysowej w placówce medycznej
- Metody działań w celu ratowania utraconego wizerunku

13. Zakończenie szkolenia

- Podsumowanie
- Przypomnienie najważniejszych zagadnień
- Wnioski końcowe
- Zadanie dla Uczestników

W przypadku szkolenia w formule on-line modyfikacji mogą ulec forma i sposób realizacji zaplanowanych dla Państwa ćwiczeń.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 2

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 2 Marketing usług medycznych w praktyce. Warsztaty szkoleniowe. Certyfikowane szkolenie, forma zdalna w czasie rzeczywistym.	Ekspert SEMPER	17-12-2026	09:00	15:00	06:00
2 z 2 Marketing usług medycznych w praktyce. Warsztaty szkoleniowe. Certyfikowane szkolenie, forma zdalna w czasie rzeczywistym.	Ekspert SEMPER	18-12-2026	09:00	15:00	06:00

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	2 078,70 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 690,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	173,23 PLN
Koszt osobogodziny netto	140,83 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Ekspert SEMPER

Ekspert 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

Inwestycja

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

Cena zawiera:

- uczestnictwo w szkoleniu on-line
- materiały szkoleniowe w wersji elektronicznej
- renomowany certyfikat potwierdzający ukończenie szkolenia (w wersji elektronicznej lub papierowej)
- konsultacje poszkoleniowe
- 10% zniżki na wszystkie kolejne szkolenia otwarte i on-line organizowane przez Centrum Organizacji Szkoleń i Konferencji SEMPER.

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 a.poznanska@szkolenia-semper.pl

Telefon (+48) 570 590 060