



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

Numer usługi 2026/02/04/8282/3306670

**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

★★★★☆ 4,5 / 5

🕒 12:00 h

3 024 oceny

📅 08.03.2027 do 09.03.2027

## 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**

07-03-2027

**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
<b>1 z 2</b> Marketing usług medycznych w praktyce. Warsztaty szkoleniowe. Certyfikowane szkolenie, forma zdalna w czasie rzeczywistym.	Ekspert SEMPER	08-03-2027	09:00	15:00	06:00
<b>2 z 2</b> Marketing usług medycznych w praktyce. Warsztaty szkoleniowe. Certyfikowane szkolenie, forma zdalna w czasie rzeczywistym.	Ekspert SEMPER	09-03-2027	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](mailto:a.poznanska@szkolenia-semper.pl)

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