



Fundacja Edumocni

★★★★★ 4,9 / 5

2 404 oceny

Szkolenie: Budowanie strategii marketingowej - rozwój firmy w Internecie.

Numer usługi 2026/03/25/38738/3434280

📍 Tarnów

🏢 Usługa szkoleniowa

📄 stacjonarna

🕒 23:00 h

📅 08.05.2026 do 12.05.2026

2 546,10 PLN brutto

2 070,00 PLN netto

110,70 PLN brutto/h

90,00 PLN netto/h

250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Grupa docelowa usługi	<ul style="list-style-type: none"> • Właściciele małych i średnich firm (MŚP) • Managerowie i specjaliści ds. marketingu • Przedsiębiorcy startujący z nowym projektem • Kadra zarządzająca i dyrektorzy handlowi
Minimalna liczba uczestników	1
Maksymalna liczba uczestników	1
Data zakończenia rekrutacji	06-05-2026
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	23
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Znak Jakości Małopolskich Standardów Usług Edukacyjno-Szkoleniowych (MSUES) - wersja 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Usługa „Budowanie strategii marketingowej – rozwój firmy w Internecie” przygotowuje do samodzielnego zaprojektowania, wdrożenia i optymalizacji kompleksowego planu działań marketingowych w środowisku cyfrowym, mającego na celu zwiększenie widoczności marki oraz efektywną sprzedaż produktów lub usług.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Przeprowadza analizę strategiczną sytuacji wyjściowej firmy w Internecie.	charakteryzuje silne i słabe strony obecnej firmy w sieci przy użyciu analizy SWOT/TOWS	Wywiad swobodny
	identyfikuje bezpośrednią i pośrednią konkurencję w wyszukiwarce oraz mediach społecznościowych,	Wywiad swobodny
	wykonuje audyt posiadanych zasobów cyfrowych (strona www, profile social media) pod kątem spójności komunikacji.	Wywiad swobodny
Definiuje profil klienta docelowego oraz unikalną wartość oferty.	konstruuje profil Buyer Persony, określając jej potrzeby, bariery oraz zachowania zakupowe w Internecie,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	formułuje unikalną propozycję sprzedaży (USP) dla wybranego produktu lub usługi, dopasowuje język korzyści do zidentyfikowanych problemów grupy docelowej.	Wywiad swobodny Wywiad swobodny
	projektuje etapy ścieżki klienta (budowanie świadomości, rozważanie, decyzja)	Obserwacja w warunkach symulowanych
	przypisuje konkretne narzędzia marketingowe (np. SEO, Google Ads, Facebook Ads) do poszczególnych etapów lejka, określa formaty treści (content marketing) niezbędne do przeprowadzenia klienta przez proces zakupu.	Wywiad swobodny Wywiad swobodny
Opracowuje harmonogram i budżet działań marketingowych	sporządza operacyjny plan działań (Media Plan) w ujęciu kwartalnym lub rocznym,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	oblicza szacunkowe koszty pozyskania leada/klienta w wybranych kanałach komunikacji,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	ustala priorytety działań w oparciu o dostępny budżet i zasoby ludzkie.	Wywiad swobodny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Monitoruje i ocenia efektywność wdrożonej strategii	definiuje kluczowe wskaźniki efektywności (KPI) dla poszczególnych celów marketingowych	Wywiad swobodny
	interpretuje podstawowe dane w narzędziach analitycznych (np. współczynnik konwersji, koszt kliknięcia, zasięg)	Wywiad swobodny
	uzasadnia konieczność wprowadzenia zmian w strategii na podstawie przedstawionych raportów wynikowych	Wywiad swobodny

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem zawierają opis efektów uczenia się?

TAK

Pytanie 2. Czy dokument lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji i zgodnie z zaplanowanymi metodami walidacji?

TAK

Pytanie 3. Czy dokument lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

Program

Moduł 1: Analiza strategiczna i audyt obecności w sieci

- Wprowadzenie do strategii: Różnica między taktyką a strategią.
- Analiza SWOT/TOWS w kontekście cyfrowym.
- Audyt konkurencji: Narzędzia do podglądania działań rynkowych
- Analiza zasobów własnych: Audyt strony WWW, SEO oraz dotychczasowych kanałów Social Media.

Moduł 2: Klient docelowy i unikalna propozycja wartości

- Projektowanie Persony: Definiowanie demografii, psychografii i problemów klienta.
- Value Proposition Canvas: Jak dopasować produkt do potrzeb rynku.
- Język korzyści: Tworzenie komunikatów, które sprzedają rozwiązania, a nie cechy.

Moduł 3: Projektowanie lejka sprzedażowego i dobór kanałów

- Struktura lejka marketingowego
- Ekosystem kanałów dotarcia: Media płatne (Google Ads, Meta Ads), Media własne (Content marketing, SEO, E-mail marketing), Media pozyskane (PR online, opinie).
- Dobór narzędzi do etapu ścieżki klienta: Gdzie edukować, a gdzie domykać sprzedaż.

Moduł 4: Harmonogramowanie, budżet i narzędzia

- Planowanie operacyjne: Tworzenie harmonogramu działań (Gantt, kalendarz redakcyjny).
- Budżetowanie: Jak dzielić środki między testy a skalowanie działań.
- Automatyzacja marketingu: Przegląd narzędzi wspierających (CRM, autorespondery, AI w marketingu).

Moduł 5: Analityka i optymalizacja działań

- Kluczowe wskaźniki efektywności (KPI): Co mierzyć, by wiedzieć, czy zarabiamy? (ROAS, ROI, CPA, CTR).
- Podstawy analityki: Google Analytics 4 i Pixel Meta w pigułce.
- Wyciąganie wniosków: Jak modyfikować strategię na podstawie twardych danych.

Informacje Organizacyjne

- Liczba godzin: 23 godziny (podział: 9h teorii / 14h praktyki warsztatowej).
- Walidacja zaplanowana w ostatnim bloku szkolenia.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 4

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 4 Szkolenie: Budowanie strategii marketingowej - rozwój firmy w Internecie.	Konrad Ogar	08-05-2026	08:00	16:00	08:00
2 z 4 Szkolenie: Budowanie strategii marketingowej - rozwój firmy w Internecie.	Konrad Ogar	11-05-2026	08:00	16:00	08:00
3 z 4 Szkolenie: Budowanie strategii marketingowej - rozwój firmy w Internecie. (Walidacja)	Konrad Ogar	12-05-2026	08:00	11:45	03:45

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
4 z 4 Szkolenie: Budowanie strategii marketingowej - rozwój firmy w Internecie (Walidacja)	-	12-05-2026	11:45	12:15	00:30

Cennik

Jeżeli korzystasz z dofinansowania w wysokości co najmniej 70% przysługuje Tobie zwolnienie z podatku VAT

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	2 546,10 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	2 070,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	110,70 PLN
Koszt osobogodziny netto	90,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Konrad Ogar

Od 2010 właściciel agencji reklamowej WEBimpuls. Założyciel i członek zarządu w 3 spółkach. Członek zarządu stowarzyszenia Wspierania przedsiębiorczości Łoża Biznesu. Od 2006 roku wdraża i rozwija systemy CRM a od 2010 samodzielnie je projektuje i programuje. Jako agencja interaktywna wspiera i wspiera wiele startupów w pierwszych etapach rozwoju. Brał udział w przygotowywaniu wielu biznes planów i pozyskiwaniu środków unijnych na start firmy. Obecnie rozwija i kieruje zespołem programistów oraz zespołem marketingowym zajmującym się sprzedażą w Internecie (e-commerce). Od 2015 roku prowadzi szkolenia i kursy dla właścicieli firm i startupów z marketingu internetowego.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnik szkolenia otrzyma zestaw materiałów szkoleniowych:

- "Strategiczny Workbook" (Format PDF/Drukowany), zawierający: szablony robocze, checklisty
- Cyfrowy Niezbędnik Marketer (Zestaw plików edytowalnych), w tym: kalkulator budżetu marketingowego (Excel/Sheets), Interaktywny Kalendarz Treści: Szablon do planowania postów w mediach społecznościowych i artykułów blogowych na 12 miesięcy
- Baza "Promptów" AI dla Marketerów
- Case Studies (Studia przypadków)

Informacje dodatkowe

Usługa rozliczna jest za godziny dydaktyczne tj. 45 minut (1 godzina usługi = 1 godzina dydaktyczna = 45 minut)

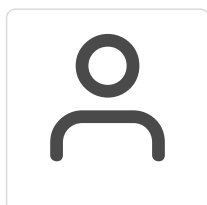
Adres

ul. Tadeusza Kościuszki 37A
33-100 Tarnów
woj. małopolskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Wi-fi

Kontakt



Agnieszka Koziół

E-mail a.koziol@edumocni.pl

Telefon (+48) 884 004 939