

**SZKOLENIE MARKETING 2.0**

Numer usługi 2026/04/21/170161/3502734

2 483,00 PLN brutto

2 018,70 PLN netto

155,19 PLN brutto/h

126,17 PLN netto/h

214,81 PLN cena rynkowa ⓘ

Akademia

Gastronomii EDYTA

OKROJ-

WIERZBICKA

★★★★★ 4,9 / 5

12 ocen

📍 Sopot

🏠 Usługa szkoleniowa

📄 stacjonarna

🕒 16:00 h

📅 03.12.2026 do 04.12.2026

Informacje podstawowe

Kategoria	Inne / Gastronomia
Grupa docelowa usługi	Szkolenie skierowane jest do osób dorosłych, prowadzących lub planujących prowadzenie działalności w branży gastronomicznej, zainteresowanych rozwojem umiejętności w zakresie promocji i sprzedaży. Uczestnikami mogą być osoby pracujące, bezrobotne lub bierne zawodowo, chcące rozwijać swoje umiejętności praktyczne i teoretyczne.
Minimalna liczba uczestników	8
Maksymalna liczba uczestników	23
Data zakończenia rekrutacji	27-11-2026
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	16
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 przygotowuje do samodzielnego planowania i realizacji działań marketingowych online i offline, w tym tworzenia kampanii reklamowych w mediach społecznościowych, analizy lejków sprzedażowych, wdrażania strategii

sprzedażowych i wykorzystania narzędzi graficznych, video oraz AI. Uczestnik będzie potrafił zaplanować, wykonać i zoptymalizować działania promocyjne oraz zwiększyć ich efektywność.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik projektuje kampanię reklamową w mediach społecznościowych	identyfikuje cele kampanii marketingowej,	Test teoretyczny
	dobiera kanały komunikacji odpowiednie do grupy docelowej,	Test teoretyczny
	określa etapy planowania kampanii,	Test teoretyczny
	wskazuje zasady harmonogramowania publikacji treści.	Test teoretyczny
	definiuje etapy lejka sprzedażowego,	Test teoretyczny
	charakteryzuje zachowania użytkowników na poszczególnych etapach,	Test teoretyczny
Analizuje lejki sprzedażowe i ich skuteczność	interpretuje dane marketingowe do optymalizacji lejka,	Test teoretyczny
	uzasadnia wybór działań na każdym etapie procesu zakupowego.	Test teoretyczny
Dobiera strategie marketingowe do segmentów rynku	rozdziela rodzaje strategii marketingowych,	Test teoretyczny
	identyfikuje cechy grup docelowych,	Test teoretyczny
	uzasadnia dobór strategii do danego segmentu,	Test teoretyczny
	wskazuje cele krótko- i długoterminowe w działaniach marketingowych.	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Obsługuje podstawowe narzędzia marketingowe (Canva, CapCut, AI)	opisuje funkcje narzędzi Canva i CapCut,	Test teoretyczny
	wskazuje zastosowanie AI w marketingu internetowym,	Test teoretyczny
	charakteryzuje możliwości edycji grafiki i video na potrzeby promocji,	Test teoretyczny
	dobiera narzędzia do konkretnych celów kampanii.	Test teoretyczny
Ocenia zagrożenia związane z prowadzeniem działań marketingowych online	rozdziela rodzaje zagrożeń cyfrowych (np. phishing, utrata dostępu),	Test teoretyczny
	wskazuje dobre praktyki zabezpieczania kont w mediach społecznościowych,	Test teoretyczny
	opisuje procedury reagowania na incydenty bezpieczeństwa,	Test teoretyczny
	identyfikuje ryzyka związane z nieautoryzowanym dostępem do danych.	Test teoretyczny

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 rozdzielanie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

Program

SZKOLENIE MARKETING 2.0

GRUPA DOCELOWA: szkolenie skierowane jest do osób dorosłych, prowadzących lub planujących prowadzenie działalności w branży gastronomicznej, zainteresowanych rozwojem umiejętności w zakresie promocji i sprzedaży. Uczestnikami mogą być osoby pracujące, bezrobotne lub biernie zawodowo, chcące rozwijać swoje umiejętności praktyczne i teoretyczne.

WARUNKI ORGANIZACYJNE: szkolenie realizowane jest w formie stacjonarnej, w sali szkoleniowej wyposażonej w miejsca siedzące (krzesło i stolik) dla każdego uczestnika. Każdy uczestnik otrzymuje komplet materiałów szkoleniowych w formie drukowanej. Maksymalna liczba uczestników: 23 osoby. Zajęcia odbywają się w jednej grupie, bez podziału na podgrupy.

TRYB REALIZACJI I CZAS TRWANIA: szkolenia prowadzone jest w trybie godzin zegarowych (60 minut). Łączny czas trwania: **16 godzin** (2 dni po 8 godzin). Podział godzin: **16 godzin teoretycznych** (szkolenie ma formę wykładów z elementami dyskusji, analizy przypadków i ćwiczeń koncepcyjnych). Przerwy wliczają się w czas trwania usługi.

Dzień I / 09:00 - 17:00 / 8h

- Marketingowe drzewo, na ilu gałęziach siedzisz?
- Strategie sprzedaży – jak tworzyć skuteczne plany sprzedażowe i marketingowe
- Cele marketingowe krótko i długoterminowe cele
- Segmentacja rynku – sztuka tworzenia grup docelowych w oparciu o cele
- Lejki sprzedażowe – jak projektować i rozumieć lejki, które przekształcają zainteresowanie w zakup
- Analiza lejków – ulepszanie lejków na podstawie danych
- Lejki w kampaniach reklamowych – połączenie lejków z kampaniami
- Kampanie na Facebooku i Instagramie – tworzenie reklam na żywo
- Targetowanie reklam – efektywne dotarcie do właściwej grupy
- Kampania na You Tube – shortsy jako nowy format do promocji w Google Ads
- Monitoring mediów
- Warsztaty z tworzenia kampanii reklamowej od A do Z – kompleksowe podejście do kreowania kampanii: od zdjęć, przez obróbkę, treść, grafikę w Canvie, aż po publikację i harmonogramowanie
- Integracja strategii online i offline – jak efektywnie łączyć działania marketingowe w Internecie z tradycyjnymi metodami reklamy, aby zwiększyć zasięg i skuteczność działań promocyjnych

Dzień II / 09:00 - 17:00 / 8h

- Rebranding – Case Study lokalu z Gdańska – analiza przypadku zmiany wizerunku marki
- TikTok – algorytmy i tworzenie treści – warsztaty z wykorzystaniem Cap Cut do kreacji video
- Influencer Marketing – jak zacząć?
- Współpraca z Influencerem oraz przykładowa umowa
- Neuromarketing – wykorzystanie psychologii w sprzedaży
- Techniki wpływu – jak wpływać na decyzje klientów
- Programy lojalnościowe – programy dla stałych klientów
- Narzędzia zarządzania organizacją pracy w marketingu – aplikacje wspierające projekty
- Grafika w Canvie – tworzenie
- Warsztat gastronomicznych rolek w CapCut – magiczne znikanie
- Wykorzystanie AI w marketingu – stosowanie sztucznej inteligencji do tworzenia treści i zdjęć
- Cyberbezpieczeństwo mediów społecznościowych – jak nie stracić konta.
- Trendy w marketingu i jego przyszłość
- Wewnętrzny test teoretyczny

WALIDACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ:

- Metoda walidacji: test teoretyczny przeprowadzony po ukończeniu szkolenia.
- Forma: test pisemny zawierający pytania zamknięte i otwarte, obejmujące wszystkie efekty uczenia się określone w karcie usługi.
- Organizacja: test odbywa się w sali szkoleniowej, w której przeprowadzone było szkolenie; czas trwania 30 minut; praca samodzielna, bez pomocy materiałów.

Z przyczyn niezależnych od Wykonawcy (np. losowych) harmonogram szkolenia może zostać nieznacznie zmieniony. Wszystkie informacje dostępne w jednostce szkolącej zostaną przekazane Operatorowi.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 0

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
Brak wyników.					

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	2 483,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	2 018,70 PLN
Koszt osobogodziny brutto	155,19 PLN
Koszt osobogodziny netto	126,17 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Marta Grabianowska

MBA, magister Zarządzania Marketingowego, przedsiębiorczyni.

Ekspertka w dziedzinie PR i marketingu z 14-letnim doświadczeniem w pracy dla dużych korporacji i centrów handlowych w Polsce. Od 6 lat związana z Akademią Gastronomii, gdzie jako szkoleniowiec przekazuje swoją wiedzę managerom i właścicielom biznesów gastronomicznych, ucząc skutecznych strategii marketingowych – od promocji lokali po budowanie silnej obecności w mediach społecznościowych.

Praktyk z krwi i kości – współwłaścicielka marki Klub na Fali, sieci beach barów i klubów nocnych (Poznań, Boszkowo, Sława), w których łączy funkcje zarządcze z rolą Dyrektora Kreatywnego, kierując czteroosobowym zespołem marketingowym. Odpowiada za tworzenie i realizację strategii komunikacji opartych na real-time marketingu, współpracy z twórcami UGC, influencer marketingu i storytellingu. Na swoim koncie ma kampanie z lokalnymi mediami i portalami kulinarnymi oraz organizację licznych wydarzeń – od otwarć lokali po kompleksową oprawę promocyjną eventów sezonowych.

Równoległe współtworzy Promo Models Poland – agencję wspierającą rozwój kariery w branży eventowej i modowej. Organizuje wydarzenia promocyjne i modowe, a pod jej opieką znajduje się już blisko 500 osób – hostess, modeli, aktorów, twórców contentu i koordynatorów eventów z Warszawy, Poznania i Trójmiasta.

Osoba prowadząca zajęcia spełnia warunek: doświadczenie zawodowe i kwalifikacje w zakresie powierzonych zadań zdobyte nie wcześniej niż 5 lat przed datą publikacji

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy szkolenia otrzymają komplet materiałów w formie drukowanej opracowanych przez ekspertów i trenerów Akademii Gastronomii. Materiały zawierają treści wykładowe, ćwiczenia, wzory kampanii marketingowych, szablony do pracy własnej oraz informacje dotyczące narzędzi online (Canva, Meta, Ads). Materiały są dostosowane do realiów branży gastronomicznej i umożliwiają samodzielne wdrażanie zdobytej wiedzy po zakończeniu szkolenia.

Warunki uczestnictwa

Szkolenie jest otwarte - mogą zapisać się wszyscy uczestnicy.

Szkolenie rozpocznie się po zgłoszeniu się minimum 8 osób, maksymalna liczba uczestników to 23 osoby. Obowiązuje kolejność zgłoszeń.

Informacje dodatkowe

Cena usługi podana jest w wartości netto. Do ceny doliczany jest podatek VAT 23%.

W przypadku finansowania usługi w co najmniej 70% ze środków publicznych, usługa korzysta ze zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 pkt 29 lit. b ustawy o VAT.

Adres

ul. Władysława Broniewskiego 10

81-841 Sopot

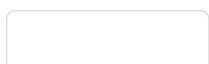
woj. pomorskie

Szkolenie odbędzie się w siedzibie Akademii Gastronomii przy ul. Władysława Broniewskiego 10 w Sopocie. Sala szkoleniowa zlokalizowana jest na parterze budynku, przystosowana do komfortowej pracy szkoleniowej. Na miejscu dostępne są materiały szkoleniowe, kawa, herbata, lunch, słodkie i słone przekąski. W pobliżu znajdują się miejsca parkingowe oraz dogodny dojazd komunikacją miejską.

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi
- Niezbędny sprzęt (rzutnik, ekran, flipchart), toalety, dostęp do kuchni, szatnia na ubrania.

Kontakt



Anna Kurt



E-mail biuro@agastromii.pl

Telefon (+48) 780 760 240