



Strategia marketingowa w mikro i małej firmie - od analizy do planu działań - szkolenie

Numer usługi 2026/04/22/51136/3507069

5 000,00 PLN brutto
5 000,00 PLN netto
238,10 PLN brutto/h
238,10 PLN netto/h
250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

Smart Idea Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością

★★★★★ 4,8 / 5

5 472 oceny

📍 Olsztyn

🏢 Usługa szkoleniowa

📄 stacjonarna

🕒 21:00 h

📅 16.10.2026 do 17.10.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Szkolenie skierowane jest do właścicieli mikro- i małych przedsiębiorstw (w tym osób prowadzących jednoosobową działalność gospodarczą) oraz osób odpowiedzialnych za marketing i promocję w firmach usługowych, handlowych i produkcyjnych.

Usługa adresowana jest do osób, które:

- samodzielnie planują i realizują działania marketingowe,
- chcą uporządkować strategię marketingową swojej firmy,
- prowadzą komunikację marki w mediach społecznościowych,
- planują zwiększyć rozpoznawalność marki oraz skuteczność działań promocyjnych,
- chcą nauczyć się mierzyć i analizować efekty marketingu.

Szkolenie przeznaczone jest dla osób, które chcą tworzyć spójne i zaplanowane działania marketingowe zamiast działań przypadkowych i niesystematycznych.

Minimalna liczba uczestników

4

Maksymalna liczba uczestników

8

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

21

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Certyfikat VCC Akademia Edukacyjna

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje uczestnika do samodzielnego analizowania rynku, definiowania grup docelowych oraz opracowania strategii marketingowej dopasowanej do działalności firmy.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Analizuje rynek i określa grupy docelowe	Definiuje grupę docelową	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Omawia profil osoby klienta	Wywiad swobodny
	Wskazuje potrzeby i problemy wybranej grupy docelowej	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Analizuje konkurencję i identyfikuje jej przewagi rynkowe	Wywiad swobodny
	Definiuje elementy wyróżniające ofertę firmy	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Określa pozycjonowanie marki i unikalną propozycję wartości (UVP)	Określa unikalną propozycję wartości (UVP) marki	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uzasadnia wybór sposobu pozycjonowania marki	Wywiad swobodny
Formułuje cele marketingowe i planuje działania marketingowe	Wskazuje cele marketingowe zgodne z zasadą SMART	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Dobiera kanały komunikacji do grupy docelowej	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Opracowuje wstępny plan działań marketingowych	Wywiad swobodny
	Opracowuje spójne elementy strategii marketingowej (grupa docelowa, cele, kanały, działania)	Wywiad swobodny
Projektuje uproszczoną strategię marketingową dla własnej firmy	Zachowuje logiczną spójność pomiędzy elementami strategii	Wywiad swobodny
	Omawia założenia strategii i uzasadnia przyjęte rozwiązania	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 rozdzielanie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

Program

Wymagania wstępne: brak.

Ramowy program zajęć:

1. Fundament strategii marketingowej (teoria 4 h, praktyka 6 h)

- Rola marketingu w rozwoju mikro i małej firmy
- Analiza rynku i konkurencji
- Segmentacja rynku i określanie grup docelowych
- Persona klienta – struktura i zastosowanie
- Pozycjonowanie marki
- Analiza rynku dla własnej firmy
- Opracowanie min. 2 person klientów
- Analiza konkurencji (mapa konkurencji)
- Określenie unikalnej propozycji wartości (UVP)

2. Planowanie strategii marketingowej (teoria 4 h, praktyka 6 h)

- Tworzenie celów marketingowych (SMART)
- Dobór kanałów komunikacji
- Budżetowanie działań marketingowych
- Lejek marketingowy i ścieżka klienta
- Opracowanie celów marketingowych
- Projekt uproszczonej strategii marketingowej
- Wybór kanałów komunikacji
- Plan działań na 3 miesiące

WALIDACJA (1 h)

Szkolenie odbywa się w sali przystosowanej do pracy warsztatowej, umożliwiającej realizację części projektowej i pracy na przykładach biznesowych uczestników. Sala wyposażona jest w:

- rzutnik/projektor z ekranem lub monitor,
- flipchart lub tablicę suchościeralną,
- stabilne łącze Wi-Fi,

- stoliki i krzesła umożliwiające pracę indywidualną i w grupach,
- dostęp do gniazdek zasilających dla uczestników.

Uczestnicy pracują na laptopach (zalecany własny sprzęt) z dostępem do Internetu, przygotowując m.in. strategię marketingową, persony klientów, plan komunikacji oraz kalendarz publikacji. W braku odpowiedniego sprzętu - prosimy o zgłoszenie potrzeby zapewnienia komputera.

Sposób organizacji walidacji

Walidacja efektów uczenia się przeprowadzana jest w ostatniej części szkolenia i obejmuje Walidacja efektów uczenia się przeprowadzana jest w ostatniej części szkolenia i realizowana na podstawie arkusza walidacyjnego, który obejmuje test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie (gotowa kafeteria odpowiedzi). Dodatkowo z każdym uczestnikiem prowadzony jest indywidualny wywiad swobodny. Proces walidacji będzie trwał w terminie dwóch dni od zakończenia części merytorycznej, w terminie uzgodnionym z Uczestnikiem. Szczegółowy harmonogram walidacji dostępny będzie u Dostawcy usługi.

Organizacja szkolenia

- Szkolenie realizowane jest w godzinach dydaktycznych (1 godz. = 45 minut).
- Przerwy nie są wliczane do czasu trwania szkolenia.

Stosowane metody dydaktyczne obejmują: wykład interaktywny, dyskusja moderowana, analiza przypadków biznesowych, praca indywidualna i grupowa, ćwiczenia praktyczne, warsztaty projektowe (opracowanie elementów strategii marketingowej dla własnej firmy), symulacje planowania działań marketingowych.

Warunki ukończenia szkolenia

Uczestnik otrzymuje zaświadczenie o ukończeniu szkolenia, jeśli:

- uczestniczył w co najmniej 80% zajęć,
- uzyskał minimum 50% poprawnych odpowiedzi w podczas walidacji,
- wypełnił ankietę ewaluacyjną.

Czas trwania:

- Walidacja: 1 godzina dydaktyczna
- Liczba godzin praktycznych: 12
- Liczba godzin teoretycznych: 8

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 0

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

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 000,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT	

Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 000,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	238,10 PLN
Koszt osobogodziny netto	238,10 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 0

Brak wyników.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały szkoleniowe obejmujące konspekt szkolenia wraz z miejscem do notowania oraz długopis.

Warunki uczestnictwa

W przypadku szkoleń dofinansowanych warunkiem uczestnictwa w szkoleniach jest założenie przez Uczestnika konta w Bazie Usług Rozwojowych oraz spełnienie warunków, które są przedstawione przez danego Operatora, do którego składane są dokumenty o dofinansowanie do usługi rozwojowej.

Informacje dodatkowe

Uczestnik otrzyma Zaświadczenie ukończenia szkolenia z opisem efektów uczenia się wyłącznie w przypadku obecności na zajęciach w minimalnym wymiarze czasowym wynoszącym co najmniej 80% wszystkich zajęć, ukończenia walidacji usługi (min. 50% prawidłowych odpowiedzi) oraz wypełnienie ankiety ewaluacyjnej.

W przypadku gdy w usłudze będą brać udział osoby niepełnosprawne zostanie ona dostosowana do ich potrzeb.

Usługa zwolniona z VAT na podstawie §3 ust.1 pkt 14 Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20 grudnia 2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług w związku z art. 43 ust.1 pkt 29 i art. 82 ust. 3 ustawy o VAT.

Adres

ul. Seweryna Piętnego 16/I piętro

10-006 Olsztyn

woj. warmińsko-mazurskie

Sala szkoleniowa

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

- Laboratorium komputerowe

Kontakt



MAGDALENA MAKAREWICZ

E-mail magdalena.makarewicz@smartszkolenia.pl

Telefon (+48) 785 040 500