



## AKADEMIA MARKETINGU: STRATEGIA, SPRZEDAŻ I NOWOCZESNE TECHNOLOGIE (Pakiet: Skuteczny Marketing Twojego Lokalu + Marketing 2.0)

Numer usługi 2026/04/24/170161/3511318

4 966,00 PLN brutto  
4 037,40 PLN netto  
155,19 PLN brutto/h  
126,17 PLN netto/h  
161,11 PLN cena rynkowa ⓘ

Akademia  
Gastronomii EDYTA  
OKROJ-  
WIERZBICKA

★★★★★ 4,9 / 5

12 ocen

📍 Sopot / stacjonarna

👤 Usługa szkoleniowa

🕒 32 h

📅 15.10.2026 do 04.12.2026

## Informacje podstawowe

Kategoria

Inne / Gastronomia

Grupa docelowa usługi

Szkolenie skierowane jest do właścicieli lokali, managerów oraz pracowników odpowiedzialnych za promocję, którzy chcą przejść drogę od intuicyjnych działań do profesjonalnego marketingu opartego na danych. Zapraszamy:

- **Właścicieli i managerów**, którzy chcą budować tożsamość marki, zarządzać opiniami i samodzielnie prowadzić skuteczne kampanie reklamowe (Facebook, Instagram, Google Ads).
- **Osoby odpowiedzialne za content**, dążące do opanowania nowoczesnych narzędzi wideo (CapCut, TikTok, Rolki) oraz wykorzystania sztucznej inteligencji (AI) w tworzeniu treści.
- **Przedsiębiorców planujących otwarcie lokalu**, potrzebujących gotowych strategii wejścia na rynek, budowania lejków sprzedażowych i współpracy z influencerami.
- **Uczestników nastawionych na wzrost sprzedaży**, chcących połączyć psychologię (neuromarketing) z technologicznym bezpieczeństwem i efektywnym budżetowaniem działań online.

Minimalna liczba uczestników

8

Maksymalna liczba uczestników

23

Data zakończenia rekrutacji

08-10-2026

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

32

# Cel

## Cel edukacyjny

Celem szkolenia jest kompleksowe przygotowanie uczestnika do samodzielnego planowania i realizacji strategii marketingowej lokalu gastronomicznego. Uczestnik nabędzie umiejętności z zakresu budowania wizerunku, profesjonalnej obsługi social mediów, tworzenia płatnych kampanii reklamowych oraz wideo-marketingu. Program obejmuje zaawansowane techniki tworzenia lejków sprzedażowych, wykorzystanie AI w promocji oraz neuromarketing, co realnie przełoży się na wzrost zasięgów i konwersję gości.

## Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik rozróżnia narzędzia marketingu i public relations (PR).	definiuje pojęcie marketingu oraz PR w gastronomii	Test teoretyczny
	charakteryzuje różnice między celami sprzedażowymi a wizerunkowymi	Test teoretyczny
	uzasadnia rolę zespołu w budowaniu wizerunku lokalu	Test teoretyczny
Projektuje personę klienta i strategię komunikacji.	wskazuje elementy składowe persony konsumenckiej	Test teoretyczny
	dobiera kanały komunikacji i tożsamość marki do wybranej grupy	Test teoretyczny
	planuje treści marketingowe oparte na wartościach mark	Test teoretyczny
Organizuje działania promocyjne w mediach społecznościowych.	planuje kalendarz publikacji dla Facebooka i Instagrama	Test teoretyczny
	dobiera hasztagi i formaty treści (post, relacja) do celu	Test teoretyczny
	wymienia aplikacje wspierające publikację i obróbkę treści	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Projektuje płatne kampanie reklamowe (Meta Ads & Google Ads).	wymienia składowe i cele skutecznej kampanii reklamowej	Test teoretyczny
	wskazuje najczęstsze błędy w tworzeniu reklam płatnych	Test teoretyczny
	rozdziela formaty reklamowe w ekosystemie Google i Meta	Test teoretyczny
Analizuje lejki sprzedażowe i ścieżkę zakupu klienta.	definiuje etapy lejka sprzedażowego w gastronomii	Test teoretyczny
	charakteryzuje zachowania użytkowników na każdym etapie ścieżki	Test teoretyczny
	dobiera działania reklamowe do konkretnego etapu lejka	Test teoretyczny
Tworzy treści marketingowe z użyciem nowoczesnych narzędzi (Canva, CapCut, AI).	omawia funkcje narzędzi do edycji grafiki i wideo	Test teoretyczny
	wskazuje praktyczne zastosowanie AI w tworzeniu treści	Test teoretyczny
	dobiera narzędzia do konkretnych potrzeb promocyjnych lokalu	Test teoretyczny
Planuje strategię Influencer Marketingu i Neuromarketingu.	wskazuje zasady wyboru influencera do współpracy	Test teoretyczny
	omawia techniki psychologiczne wpływające na decyzje gości	Test teoretyczny
	charakteryzuje wpływ marketingu sensorycznego na sprzedaż	Test teoretyczny
Wdraża zasady cyberbezpieczeństwa w marketingu online.	rozdziela rodzaje zagrożeń cyfrowych (np. phishing)	Test teoretyczny
	wskazuje dobre praktyki zabezpieczania kont w mediach społecznościowych	Test teoretyczny
	opisuje procedury reagowania na próby przejęcia konta	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

### AKADEMIA MARKETINGU: STRATEGIA, SPRZEDAŻ I NOWOCZESNE TECHNOLOGIE (Pakiet: Skuteczny Marketing Twojego Lokalu + Marketing 2.0)

**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: **32 godziny** (4 dni po 8 godzin). Podział godzin: **32 godziny teoretyczne** (szkolenie ma formę wykładów z elementami dyskusji, analizy przypadków i ćwiczeń koncepcyjnych). Przerwy wliczają się w czas trwania usługi.

### BLOK 1 (POZIOM I) - 15-16 PAŹDZIERNIKA 2026 - SZKOLENIE SKUTECZNY MARKETING TWOJEGO LOKALU

#### DZIEŃ I / 15.10.2026 / 09:00 - 17:00 / 8h

- Marketing czy PR – co sprzedaje Twój lokal?
- Rola Public Relations – dlaczego sam marketing nie wystarczy
- Tworzenie persony i określenie odpowiedniego targetu konsumenta
- Nie pokazuj pustych krzeseł – budowanie wizerunku w praktyce
- Zespół jako ważne ogniwo marketingowe
- Komunikacja – kto, kiedy i jak odbiera telefon, odpisuje na wiadomości Gości?
- WhatsApp i Autoresponder jako pomocne aplikacje do komunikacji
- Tożsamość marki – czym wyróżniasz się na tle konkurencji
- Key visual i jego zastosowanie w praktyce
- Komentarze i opinie – jak odpowiedzieć na negatywny komentarz i jak zdobyć pozytywny
- Kampania reklamowa i jej składowe
- Tworzenie kampanii reklamowych z wykorzystaniem call to action
- Najczęstsze błędy kampanii reklamowych
- Statystyka sprzedaży w restauracji i jej przełożenie na plan marketingowy
- Warsztaty z tworzenia planu marketingowego opartego na sezonowości i kalendarzu
- Drukowanie Twoich materiałów reklamowych w praktyce
- Marketing sensoryczny w Twojej restauracji – wpływaj na zachowania Gości!
- Tradycyjne metody reklamy – rodzaje, zastosowanie, efektywność
- Marketing szeptany – siła poleceń, ocen i referencji

## **DZIEŃ II / 16.10.2026 / 09:00 - 17:00 / 8h**

- Media społecznościowe od podstaw: Facebook, Instagram
- Gdzie, kiedy i ile publikować ?
- Budowanie strategii obecności w mediach społecznościowych
- Składowe Twoich profili – uzupełnianie krok po kroku
- Niezbędne aplikacje do prowadzenia Twoich sociali
- Aplikacje do obróbki zdjęć, tworzenia filmików reklamowych
- Darmowe narzędzie do tworzenia grafik – Canva i jej zastosowanie
- Skuteczne hasztagi na social mediach – jak je dobrać?
- Poszukiwanie contentu Twojego lokalu i inspiracji do treści
- Zyskaj dostęp do muzyki na Instagramie
- Zmieniaj kolor tła udostępnianych relacji i dbaj o spójność profilu
- Warsztaty z tworzenia rolek krok po kroku – polubisz szybkie i rolki z szablonów!
- Facebook Ads – tworzenie kampanii reklamowych od podstaw
- Google Ads – podstawowe możliwości, zastosowanie, narzędzia
- Checklista – audyt marketingowy Twojego lokalu
- Wewnętrzny test teoretyczny

## **PRZERWA NA WDROŻENIE (BEZ ZAJĘĆ)**

## **BLOK 2 (POZIOM II) - 3-4 GRUDNIA 2026 - SZKOLENIE MARKETING 2.0**

## **DZIEŃ III / 03.12.2026 / 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 IV / 04.12.2026 / 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 szkolenia; 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 przedmiotów/zajęć: 0

Przedmiot / temat zajęć	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	4 966,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	4 037,40 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.

Osoba prowadząca posiada doświadczenie zawodowe zdobyte w ciągu ostatnich 5 lat w obszarze marketingu gastronomicznego, w tym w planowaniu i realizowaniu działań marketingowych, prowadzeniu mediów społecznościowych, projektowaniu kampanii reklamowych oraz budowaniu wizerunku marki lokalu gastronomicznego.

## 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



**Akademia Gastronomii**

**E-mail** [biuro@agastromii.pl](mailto:biuro@agastromii.pl)

**Telefon** (+48) 571 515 558