



## STRATEGICZNY EVENT MANAGER I MARKETING 2.0 (Pakiet: Event Manager + Marketing 2.0)

Numer usługi 2026/04/27/170161/3515193

5 115,00 PLN brutto  
4 158,54 PLN netto  
159,84 PLN brutto/h  
129,95 PLN netto/h  
161,11 PLN cena rynkowa ⓘ

Akademia  
Gastronomii EDYTA  
OKROJ-  
WIERZBICKA

📍 Sopot / stacjonarna

👤 Usługa szkoleniowa

★★★★★ 4,9 / 5

🕒 32 h

12 ocen

📅 29.10.2026 do 04.11.2026

## Informacje podstawowe

Kategoria

Inne / Gastronomia

Grupa docelowa usługi

Szkolenie dedykowane jest właścicielom lokali gastronomicznych, managerom eventów oraz pracownikom działów marketingu i sprzedaży w branży HoReCa. Program przygotowany jest dla osób, które:

- **Chcą profesjonalnie planować i rozliczać eventy**, budować rentowne kosztorysy (F&B cost) oraz zarządzać logistyką wydarzeń prywatnych i korporacyjnych.
- **Dążą do opanowania nowoczesnych narzędzi promocji**, takich jak lejki sprzedażowe, kampanie Meta Ads, Google Ads (YouTube Shorts) oraz TikTok.
- **Chcą wykorzystać sztuczną inteligencję (AI)** oraz aplikacje mobilne (Canva, CapCut) do tworzenia profesjonalnych grafik i rolek sprzedażowych.
- **Zajmują się kreowaniem wizerunku marki**, chcą wdrożyć Influencer Marketing, Neuromarketing oraz zadbać o cyberbezpieczeństwo firmowych mediów społecznościowych.

Minimalna liczba uczestników

8

Maksymalna liczba uczestników

23

Data zakończenia rekrutacji

22-10-2026

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

32

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

Celem szkolenia jest przygotowanie uczestnika do kompleksowej organizacji rentownych eventów oraz prowadzenia zaawansowanych działań marketingowych. Uczestnik nauczy się budżetowania (F&B cost), tworzenia ofert handlowych i zarządzania logistyką wydarzeń. Program rozwija umiejętności projektowania lejków sprzedażowych, obsługi AI i CapCut w tworzeniu treści wideo oraz prowadzenia płatnych kampanii reklamowych, co pozwoli na skuteczne pozyskiwanie klientów i wzrost zysków z eventów.

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

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik projektuje budżet i rentowność wydarzenia (eventu).	kalkuluje koszty gastronomii (F&B cost) i open barów	Test teoretyczny
	wyznacza cele sprzedażowe na podstawie danych rynkowych	Test teoretyczny
	rozdziela recepturę finansową od rzeczywistego kosztu realizacji	Test teoretyczny
	tworzy ofertę handlową wykorzystując storytelling i personalizację	Test teoretyczny
Organizuje proces sprzedaży i logistyki eventowej.	planuje harmonogramy i agendy pracy dla zespołu realizacyjnego	Test teoretyczny
	wskazuje kluczowe zapisy w umowach chroniące interesy lokalu	Test teoretyczny
Zarządza sytuacjami kryzysowymi podczas wydarzeń.	identyfikuje ryzyka organizacyjne przy eventach korporacyjnych	Test teoretyczny
	projektuje scenariusze reakcji na nieprzewidziane zdarzenia	Test teoretyczny
	stosuje mapę komunikacji między działami firmy w trakcie eventu	Test teoretyczny
Buduje zaawansowane lejki sprzedażowe online.	definiuje etapy ścieżki klienta od zainteresowania do zakupu	Test teoretyczny
	analizuje skuteczność lejków na podstawie danych statystycznych	Test teoretyczny
	integruje strategię online z tradycyjnymi metodami reklamy offline	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Tworzy płatne kampanie reklamowe w mediach społecznościowych.	planuje kampanie reklamowe na Facebooku, Instagramie i YouTube	Test teoretyczny
	dobiera parametry targetowania do specyfiki grup docelowych	Test teoretyczny
	monitoruje efektywność działań promocyjnych w czasie rzeczywistym	Test teoretyczny
Obsługuje nowoczesne narzędzia kreatywne (Canva, CapCut, AI).	tworzy materiały graficzne i sprzedażowe rolki wideo	Test teoretyczny
	wykorzystuje sztuczną inteligencję (AI) do generowania treści i zdjęć	Test teoretyczny
	planuje harmonogram publikacji treści z wykorzystaniem aplikacji mobilnych	Test teoretyczny
Wdraża techniki psychologii sprzedaży i neuromarketingu.	stosuje techniki wpływu na decyzje zakupowe klientów	Test teoretyczny
	omawia zasady współpracy z influencerami oraz wzory umów	Test teoretyczny
	projektuje programy lojalnościowe budujące powracalność gości	Test teoretyczny
Zabezpiecza firmowe zasoby w środowisku cyfrowym.	identyfikuje zagrożenia związane z utratą kont w mediach społecznościowych	Test teoretyczny
	stosuje dobre praktyki cyberbezpieczeństwa w marketingu	Test teoretyczny
	opisuje proces rebrandingu na podstawie analizy Case Study	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

## STRATEGICZNY EVENT MANAGER I 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 - 29-30 PAŹDZIERNIKA 2026 - SZKOLENIE EVENT MANAGER

### DZIEŃ 1 / 29.10.2026 / 09:00 - 17:00 / 8h

- Identyfikacja grup docelowych – analiza potrzeb klientów korporacyjnych i prywatnych
- Dywersyfikacja przychodów – opracowanie różnych źródeł dochodów z eventów
- Planowanie roczne – wyznaczanie celów sprzedażowych i strategii na cały rok
- Planowanie budżetu kwartalnego – krótkoterminowe cele i kontrola kosztów
- Ustalanie celów sprzedażowych na podstawie danych – praca na realnych liczbach, nie intuicji
- Kalkulacja kosztów eventów – jak obliczać wszystkie elementy i planować zysk
- Analiza wyników sprzedaży – jak wyciągać wnioski i dostosowywać ofertę
- Food & beverage cost – jak kontrolować koszty gastronomii i unikać strat
- Projektowanie zysku z eventu – planowanie rentowności już na etapie oferty
- Receptura finansowa vs rzeczywisty koszt – porównanie założeń z wykonaniem, analiza odchyłeń i przyczyn strat
- Rozliczenie open barów – jak kontrolować koszty napojów i efektywnie zarządzać rozliczeniem konsumpcji

### DZIEŃ 2 / 30.10.2026 / 09:00 - 17:00 / 8h

- Tworzenie oferty handlowej – gotowe pakiety dla różnych grup klientów
- Personalizacja usług – jak spełniać indywidualne oczekiwania gości
- story telling – kreowanie wyobrażenia o wymarzonym evencie
- Kluczowe zapisy w umowach – co musi się znaleźć, by uniknąć problemów prawnych
- Rozwój sprzedaży – praktyczne techniki cross-sellingu i upsellingu
- Ścieżka kontaktu – czyli jak zwiększyć sprzedaż przez budowanie relacji
- Negocjacje z dostawcami – jak uzyskać lepsze warunki i oszczędzać
- Ankiety oczekiwań i brief dla zespołu – jak zebrać informacje od klienta i przekazać je do realizacji
- Ustalanie zadań i harmonogramów – czytelna agenda dla całego zespołu
- Mapa komunikacji – jak usprawnić przepływ informacji między działami
- Praktyczne narzędzia organizacyjne – szablony, checklisty, scenariusze wydarzeń
- Zarządzanie kryzysowe – jak reagować na nieprzewidziane sytuacje podczas eventu
- Test wiedzy wewnętrzny

## PRZERWA WDROŻENIOWA

## BLOK 2 - 03-04 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 zasięgi

**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

#### **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 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	5 115,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	4 158,54 PLN
Koszt osobogodziny brutto	159,84 PLN
Koszt osobogodziny netto	129,95 PLN

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 2



1 z 2

### Martyna Baran

Specjalizacja:

Zarządzanie obiektami weselnymi

Prowadzi szkolenia: Manager Obiektu Weselnego, Manager Cateringu, Event Manager, Szkolenie Kelnerskie

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



2 z 2

### 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.

Równolegle 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 i szablony do pracy własnej. Materiały są dostosowane do realiów branży gastronomicznej i umożliwiają samodzielne wdrażanie wiedzy po zakończeniu szkolenia.

### Warunki uczestnictwa

Szkolenie jest otwarte - mogą zapisać się wszyscy zainteresowani.

Szkolenie będzie realizowane po zgłoszeniu się minimum 8 osób, maksymalna liczba uczestników to 23. 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

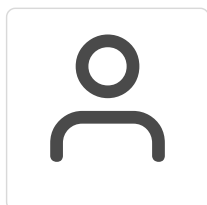
ul. Władysława Broniewskiego 10  
81-841 Sopot  
woj. pomorskie

Akademia Gastronomii mieści się w Sopocie przy ul. Broniewskiego 10. Zajęcia odbywają się w komfortowej, nowocześnie urządzonej sali szkoleniowej, przystosowanej do prowadzenia szkoleń stacjonarnych. Miejsce zapewnia odpowiednie warunki do pracy i nauki, z pełnym zapleczem sanitarnym i socjalnym. Obiekt znajduje się w dogodnej lokalizacji z łatwym dostępem komunikacją miejską.

### Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

## Kontakt



**Anna Kurt**

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

**Telefon** (+48) 780 760 240