



Strategiczna Analiza Rynku i Odbiorców w Branży Reklamowej - szkolenie

Numer usługi 2026/06/01/188147/3602187

5 100,00 PLN brutto
5 100,00 PLN netto
318,75 PLN brutto/h
318,75 PLN netto/h
250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

EDUVERO SPÓŁKA
Z OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚ
CIĄ

★★★★★ 4,8 / 5

26 ocen

📍 Olsztyn

🏢 Usługa szkoleniowa

📄 stacjonarna

👤 Zajęcia indywidualne

🕒 16:00 h

📅 13.06.2026 do 14.06.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Szkolenie skierowane jest do osób zainteresowanych marketingiem, reklamą i komunikacją, które chcą rozwijać kompetencje związane z analizą rynku i odbiorców. Oferta przeznaczona jest zarówno dla osób rozpoczynających swoją ścieżkę zawodową w branży reklamowej, jak i dla osób planujących rozwój kompetencji w obszarze marketingu, sprzedaży, social media, content marketingu oraz komunikacji marketingowej.

Grupa docelowa usługi

Szkolenie dedykowane jest w szczególności:

- osobom planującym rozpoczęcie pracy w branży reklamowej,
- specjalistom marketingu i social media,
- twórcom treści internetowych,
- freelancerom i osobom budującym markę osobistą,
- osobom chcącym rozwijać kompetencje analityczne i marketingowe,
- studentom i absolwentom kierunków związanych z marketingiem, komunikacją i mediami.

Minimalna liczba uczestników

1

Maksymalna liczba uczestników

1

Data zakończenia rekrutacji

12-06-2026

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

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

Szkolenie przygotowuje uczestników do samodzielnego prowadzenia analiz rynku, konkurencji oraz grup odbiorców w branży reklamowej. Uczestnicy zdobywają wiedzę i umiejętności niezbędne do identyfikowania trendów rynkowych, segmentowania klientów, tworzenia person marketingowych oraz analizowania ścieżki zakupowej odbiorców.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Posługuje się wiedzą z zakresu analizy rynku i funkcjonowania branży reklamowej.	charakteryzuje podstawowe pojęcia związane z analizą rynku	Test teoretyczny
	omawia czynniki wpływające na rozwój rynku reklamowego	Test teoretyczny
	identyfikuje trendy występujące w branży reklamowej	Test teoretyczny
	wyjaśnia znaczenie analizy rynku w planowaniu działań marketingowych	Test teoretyczny
	rozdziela segmenty rynku i grupy odbiorców	Test teoretyczny
Posługuje się wiedzą dotyczącą zachowań konsumentów oraz procesów decyzyjnych klientów.	opisuje etapy procesu zakupowego klienta	Test teoretyczny
	wskazuje czynniki wpływające na decyzje odbiorców	Test teoretyczny
	omawia zasady segmentacji rynku	Test teoretyczny
	definiuje pojęcie osoby marketingowej	Test teoretyczny
	wyjaśnia znaczenie Customer Journey w działaniach marketingowych	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Tworzy profile odbiorców i analizuje potrzeby grup docelowych.</p>	<p>określa grupy docelowe dla wybranych działań marketingowych</p>	<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p>
	<p>opracowuje persony marketingowe</p>	<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p>
	<p>identyfikuje potrzeby i oczekiwania odbiorców</p>	<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p>
	<p>analizuje zachowania użytkowników w środowisku cyfrowym</p>	<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p>
	<p>mapuje podstawową ścieżkę klienta (Customer Journey)</p>	<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p>
<p>Wykorzystuje wyniki analiz do planowania działań komunikacyjnych i marketingowych.</p>	<p>interpretuje dane i informacje pozyskane podczas analizy rynku,</p>	<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p>
	<p>dobiera działania komunikacyjne do określonych grup odbiorców,</p>	<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p>
	<p>wskazuje odpowiednie kanały komunikacji marketingowej,</p>	<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p>
	<p>przygotowuje podstawowe założenia działań promocyjnych</p>	<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p>
	<p>uzasadnia proponowane rozwiązania marketingowe</p>	<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p>
<p>Buduje relacje zewnętrzne i wewnętrzne</p>	<p>Komunikuje się z odbiorcami w sposób spójny, zrozumiały i inspirowany wartościami społecznymi.</p>	<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p>
	<p>Uwzględnia potrzeby różnych grup odbiorców, zachowując wrażliwość kulturową i inkluzywność.</p> <p>Wzmacnia wizerunek marki jako autentycznej, zaangażowanej i odpowiedzialnej społecznie.</p>	<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p> <p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p>
	<p>jest otwarty na aktualizowanie wiedzy o rynku i trendach</p>	<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p>

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

Szkolenie „Strategiczna Analiza Rynku i Odbiorców w Branży Reklamowej” koncentruje się na rozwijaniu kompetencji związanych z analizą rynku, badaniem konkurencji oraz identyfikacją potrzeb klientów. Program został opracowany z myślą o osobach, które chcą zdobyć praktyczną wiedzę dotyczącą funkcjonowania rynku usług reklamowych oraz nauczyć się wykorzystywać dane rynkowe do planowania skutecznych działań marketingowych.

Podczas szkolenia uczestnicy poznają zasady analizy rynku i otoczenia konkurencyjnego, uczą się identyfikować trendy wpływające na branżę reklamową oraz analizować działania konkurencji. Istotnym elementem programu jest rozwijanie umiejętności segmentacji rynku, tworzenia person marketingowych oraz mapowania ścieżki klienta (Customer Journey), co pozwala lepiej rozumieć zachowania i potrzeby odbiorców.

Szkolenie ma charakter warsztatowy i opiera się na analizie przykładów, ćwiczeniach praktycznych oraz pracy z narzędziami wykorzystywanymi w marketingu i reklamie. Uczestnicy uczą się interpretować dane, wyciągać wnioski oraz planować działania komunikacyjne dostosowane do konkretnych grup docelowych.

Efektom szkolenia jest przygotowanie uczestników do świadomego analizowania rynku i odbiorców oraz wykorzystywania zdobytych informacji w procesie planowania działań marketingowych i budowania przewagi konkurencyjnej.

Usługa realizowana jest w godzinach zegarowych. Przerwy uwzględniono w harmonogramie i zostały wliczone w godziny szkolenia.

Moduł 1. Znaczenie strategii marketingowej w branży kreatywnej (teoria 2h, praktyka 1h)

- Rola strategii w budowaniu przewagi konkurencyjnej
- Specyfika rynku usług reklamowych i kreatywnych
- Trendy w komunikacji marketingowej
- Zmieniające się zachowania odbiorców

Moduł 2. Analiza rynku reklamowego (teoria 2h, praktyka 1h)

- Segmenty rynku reklamowego
- Usługi kreatywne i ich odbiorcy
- Identyfikacja trendów branżowych
- Analiza potencjału rynkowego

Moduł 3. Analiza konkurencji (teoria 1h, praktyka 1h, 30min)

- Identyfikacja konkurentów
- Analiza komunikacji marek
- Ocena działań marketingowych konkurencji
- Benchmarking dobrych praktyk

Moduł 4. Badanie potrzeb odbiorców (teoria 2h, praktyka 1h)

- Metody pozyskiwania informacji o klientach
- Analiza zachowań użytkowników online
- Identyfikacja problemów i potrzeb odbiorców
- Analiza intencji zakupowych

Moduł 5. Segmentacja rynku i customer journey (teoria 1h, praktyka 1h, 15min)

- Tworzenie segmentów klientów
- Persona marketingowa
- Mapowanie ścieżki klienta
- Analiza punktów styku marki z odbiorcą

walidacja (15min)

Walidacja przeprowadzana jest na zakończenie szkolenia i obejmuje weryfikację wiedzy oraz umiejętności uczestnika.

Część teoretyczna – test wiedzy (10 minut) Uczestnik przystępuje do testu sprawdzającego znajomość zagadnień omawianych podczas szkolenia.

Część praktyczna – obserwacja w warunkach symulowanych (5 minut) Walidacja umiejętności odbywa się poprzez obserwację uczestnika podczas wykonywania zadania praktycznego.

Ocena prowadzona jest przez osobę przeprowadzającą walidację i obejmuje sposób wykorzystania zdobytej wiedzy w praktyce, poprawność doboru narzędzi oraz umiejętność formułowania rekomendacji marketingowych.

Warunkiem zaliczenia walidacji jest uzyskanie pozytywnego wyniku zarówno z części teoretycznej, jak i praktycznej.

Dla lepszego przyswojenia programu szkoleń Uczestnicy otrzymają materiały dydaktyczne oraz przeprowadzony zostanie test sprawdzający wiedzę przed i po szkoleniu, którego ukończenie pozwoli Uczestnikom uzupełnienie i uporządkowanie dotychczasowej wiedzy.

Usługa prowadzona jest w formie ćwiczeń, zajęć praktycznych, wykładu oraz dyskusji z uczestnikami szkolenia.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 14

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 14 Moduł 1. Znaczenie strategii marketingowej w branży kreatywnej	Zajęcia	Joanna Rudziewicz	13-06-2026	08:00	11:00	03:00
2 z 14 -	Przerwa	-	13-06-2026	11:00	11:15	00:15

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
3 z 14 Moduł 2. Analiza rynku reklamowego	Zajęcia	Joanna Rudziewicz	13-06-2026	11:15	12:45	01:30
4 z 14 -	Przerwa	-	13-06-2026	12:45	13:15	00:30
5 z 14 Moduł 2. Analiza rynku reklamowego - cd	Zajęcia	Joanna Rudziewicz	13-06-2026	13:15	14:45	01:30
6 z 14 -	Przerwa	-	13-06-2026	14:45	15:00	00:15
7 z 14 Moduł 3. Analiza konkurencji	Zajęcia	Joanna Rudziewicz	13-06-2026	15:00	16:00	01:00
8 z 14 Moduł 3. Analiza konkurencji	Zajęcia	Joanna Rudziewicz	14-06-2026	08:00	09:30	01:30
9 z 14 -	Przerwa	-	14-06-2026	09:30	09:45	00:15
10 z 14 Moduł 4. Badanie potrzeb odbiorców	Zajęcia	Joanna Rudziewicz	14-06-2026	09:45	12:45	03:00
11 z 14 -	Przerwa	-	14-06-2026	12:45	13:15	00:30
12 z 14 Moduł 5. Segmentacja rynku i customer journey	Zajęcia	Joanna Rudziewicz	14-06-2026	13:15	15:30	02:15
13 z 14 -	Przerwa	-	14-06-2026	15:30	15:45	00:15
14 z 14 -	Walidacja	-	14-06-2026	15:45	16:00	00:15

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	16:00

Rodzaj godzin	Liczba godzin
w tym suma godzin zajęć	13:45
w tym suma godzin walidacji	00:15
w tym suma przerw	02:00
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	18:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 100,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT	
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 100,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	318,75 PLN
Koszt osobogodziny netto	318,75 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	16:00

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Joanna Rudziewicz

specjalistka ds. marketingu, strategii komunikacji oraz produkcji treści wizualnych. Od wielu lat aktywnie związana z branżą marketingową, gdzie zdobywała doświadczenie zarówno w pracy agencyjnej, jak i po stronie marek.

W ostatnich latach systematycznie podnosiła swoje kompetencje w obszarach nowoczesnego marketingu, w szczególności w zakresie strategii komunikacji cyfrowej, analityki marketingowej,

budowania lejków sprzedażowych, content marketingu oraz projektowania komunikacji wizualnej. Rozwijała umiejętności związane z marketingiem efektywnościowym, e-commerce oraz tworzeniem spójnych strategii obecności marek w kanałach online.

Posiada praktyczne doświadczenie w realizacji kampanii marketingowych, zarządzaniu projektami, SEO, social media oraz produkcji materiałów foto i video dla firm i marek osobistych.

Obecnie prowadzi własną agencję marketingową Eleo Media, w ramach której realizuje strategie marketingowe B2B, działania wizerunkowe oraz projekty contentowe. Równolegle prowadzi szkolenia i warsztaty z zakresu marketingu, komunikacji marki oraz budowania skutecznych działań promocyjnych.

Specjalizuje się w łączeniu podejścia strategicznego z praktyką rynkową.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały w postaci prezentacji i skryptu zostaną udostępnione uczestnikom podczas usługi oraz po jej realizacji.

Warunki uczestnictwa

Warunkiem skorzystania z usługi jest bezpośredni zapis na usługę za pośrednictwem Bazy Usług Rozwojowych oraz wypełnienie ankiety oceniającej usługę rozwojową.

Informacje dodatkowe

Usługa jest zwolniona z podatku VAT w przypadku, kiedy dofinansowanie wynosi co najmniej 70%. W innej sytuacji do ceny netto doliczany jest podatek VAT w wysokości 23%. Podstawa: §3 ust. 1 pkt. 14 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20.12.2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz szczegółowych warunków stosowania tych zwolnień (Dz.U. z 2018 r., poz. 701).

Usługa rozwojowa nie jest świadczona przez podmiot pełniący funkcję Operatora lub Partnera Operatora w danym projekcie PSF lub w którymkolwiek Regionalnym Programie lub FERS albo przez podmiot powiązany z Operatorem lub Partnerem kapitałowo lub osobowo.

Cena usługi nie obejmuje kosztów niezwiązanych bezpośrednio z usługą rozwojową, w szczególności kosztów środków trwałych przekazywanych Uczestnikom/-czkom projektu, kosztów dojazdu i zakwaterowania

Adres

ul. Sprzętowa 6/1
10-467 Olsztyn
woj. warmińsko-mazurskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Wi-fi

Kontakt



Leszek Śliwiński

E-mail szkolenia@eduvero.pl

Telefon (+48) 720 450 441