



Certified Global  
Education Sp. z o.o.

★★★★★ 4,6 / 5

20 ocen

## Certyfikowany Product Manager

Numer usługi 2026/06/23/163994/3644790

- Usługa szkoleniowa
- zdalna w czasie rzeczywistym
- Zajęcia grupowe
- 14:00 h
- 01.10.2026 do 02.10.2026

2 295,00 PLN brutto

2 295,00 PLN netto

163,93 PLN brutto/h

163,93 PLN netto/h

250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

## Informacje podstawowe

<b>Kategoria</b>	Biznes / Marketing
<b>Grupa docelowa usługi</b>	<p>Product Manager</p> <p>Menedżer produktu</p> <p>Specjalista ds. produktu</p> <p>Dyrektor w dziale produktów</p> <p>Specjalista ds. marketingu produktowego</p> <p>kierownik działu marketingu</p> <p>szef produktu,</p> <p>kierownik produktu</p> <p>product development specialist</p> <p>junior product manager</p> <p>manager ds. rozwoju produktu</p>
<b>Minimalna liczba uczestników</b>	6
<b>Maksymalna liczba uczestników</b>	20
<b>Data zakończenia rekrutacji</b>	30-09-2026
<b>Forma prowadzenia usługi</b>	zdalna w czasie rzeczywistym
<b>Podstawa uzyskania wpisu do BUR</b>	Certyfikat systemu zarządzania jakością wg. ISO 9001:2015 (PN-EN ISO 9001:2015) - w zakresie usług szkoleniowych

# Cel

## Cel edukacyjny

Dostarczenie i pogłębienie praktycznej wiedzy oraz umiejętności z zakresu efektywnego i nowoczesnego zarządzania produktami.

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

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
stosuje praktyczną wiedzę oraz wykorzystuje umiejętności z zakresu efektywnego i nowoczesnego zarządzania produktami	Uczestnik buduje skuteczną strategię marketingową produktu	Test teoretyczny
	Uczestnik opisuje i wykorzystuje techniki skutecznego zarządzania produktem w sprzedaży	Test teoretyczny
	stosuje praktyczną wiedzę i wykorzystuje umiejętności wprowadzania nowego produktu na rynek	Uczestnik opisuje i wykorzystuje techniki wprowadzania nowego produktu na rynek

# 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

Usługa realizowana w godzinach zegarowych

Przerwy nie wliczają się

## **DZIEŃ I**

### **Moduł 1 SKUTECZNA STRATEGIA MARKETINGOWA PRODUKTU – PLAN MARKETINGOWY PRODUKTU**

- Jak zbudować idealną strategię marketingową produktu
- Plan: Analiza konkurencji – Produkt i Firma, na co zwracać uwagę robiąc benchmark produktów konkurencji
- Plan: Forecasting – Intro i Metody
- Plan: Strategie cenowe – najlepsze narzędzia do pozycjonowania cenowego, psychologia cen
- Plan: Analiza Rynku – segmentacja, marka i pozycjonowanie, szacowanie potencjału
- Plan: Nasz konsument
- Plan: Wymagania – potrzeby rynkowe, wymagania produktowe, priorytetyzacja
- Jakże metody marketingowe stosować do poszczególnych grup produktowych
- Najskuteczniejsze kanały promocji dla produktu
- Techniki budowania idealnego portfela produktu

### **12.30-13.00 PRZERWA**

### **Moduł 2 ZARZĄDZANIE PRODUKTEM W SPRZEDAŻY – NAJLEPSZE PRAKTYKI I NARZĘDZIA**

- Perspektywa zewnętrzna teoretyczna
- Budowa historii i strategii w oparciu o makro trendy
- Planowanie długoterminowe – proces
- Parametryzacja i monitoring marketingowych parametrów w procesie sprzedaży
- Przykłady rzeczywiste

## **DZIEŃ II**

### **Moduł 3 WPROWADZENIE PRODUKTU NA RYNEK – NAJLEPSZE PRAKTYKI I NARZĘDZIA**

- Jak opracować dobry plan działań marketingowych w momencie wprowadzania nowego produktu na rynek?
- Jak wyeliminować słabe punkty w procesie wdrażania implementacji i rozwoju produktu – przykłady i narzędzia
- Strategia wejścia na rynek, w tym propozycja wartości
- Taktyczny plan wprowadzenia nowego produktu – najważniejsze punkty:
  - a. Portfel produktów i plan cyklu życia
  - b. Skuteczne sposoby doboru adekwatnego potencjalnego klienta do produktu
  - c. Polityka cenowa
  - d. Plan promocji
- Monitorowanie nowego produktu na rynku
- Skutecznie wdrażanie i umiejętność skrócenia wdrażania produktu na rynek – na co zwracać szczególną uwagę
- Narzędzia/Analizy/Techniki w PRAKTYCE przy wprowadzaniu nowego produktu lub grupy produktowej

### **12.30 -13.00 PRZERWA**

### **Moduł 4 SKUTECZNY PRODUCT MANAGER W PRAKTYCE – SPOSOBY BUDOWANIA PRZEWAGI KONKURENCYJNEJ**

### **ZROZUMIENIE ROLI PRODUCT MANAGERA W ORGANIZACJI**

## **WYPRAWOWANIE WSPÓLNEJ DEFINICJI PRODUCT MANAGERA NA PODSTAWIE WCZEŚNIEJ ZDOBYTYCH INFORMACJI NA SZKOLENIU.**

Dyskusja – 1h

### **1. WSPÓŁPRACA I KOMUNIKACJA PM Z INNYMI DZIAŁAMI**

- Postawa PM względem produktu, pracy, zaangażowania w organizacji
- Cel pracy PM w organizacji
- Zatem jaki ma cel mój produkt, moje produkty
- Czy mój produkt jest naprawdę tylko mój / dyskusja ?
- Moi klienci wewnątrz firmy jak i na zewnątrz
- Sposób komunikacji produktu, celu, danych klientom zewnętrznym i wewnętrznym
- Wizytacja rynkowa i wnioski z niej płynące

### **2. WSPÓŁPRACA PRODUCT MANAGERA Z DZIAŁEM SPRZEDAŻY**

- Zrozumienie celu firmy – jeden cel – dwie drogi realizacji zadań
- Przełożenie komunikacji marketingowej na działania sprzedażowe – złote zasady
- Budżet, cele, zadania – informacja dla działu sprzedaży – co działa a co nie

Dyskusja grupy / max 1h

### **3. NARZĘDZIA PRODUKTOWE**

- Badania rynkowe – fakty, wnioski płynące z badań
- Cena – niska / wysoka – zrozumienie potencjału
- Promocja cenowa, wyprzedaż – jak komunikować
- Jak ocenić i zrozumieć konkurentów

### **PODSUMOWANIE**

#### **JAKIM JESTEM PRODUCT MANAGEREM – PRZEMYŚLENIA, DYSKUSJA W GRONIE UCZESTNIKÓW**

Walidacja

# Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 11

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>1 z 11</b> SKUTECZNA STRATEGIA MARKETINGOWA PRODUKTU – PLAN MARKETINGOWY PRODUKTU	Zajęcia	Monika Michalska Matusik	01-10-2026	09:00	12:00	03:00
<b>2 z 11</b> -	Przerwa	-	01-10-2026	12:00	12:30	00:30
<b>3 z 11</b> Zarządzanie produktem w sprzedaży - narzędzia	Zajęcia	Monika Michalska Matusik	01-10-2026	12:30	14:30	02:00
<b>4 z 11</b> -	Przerwa	-	01-10-2026	14:30	15:00	00:30
<b>5 z 11</b> Parametryzacja i monitoring marketingowych parametrów w procesie sprzedaży	Zajęcia	Monika Michalska Matusik	01-10-2026	15:00	16:00	01:00
<b>6 z 11</b> WPROWADZENIE PRODUKTU NA RYNEK – NAJLEPSZE PRAKTYKI I NARZĘDZIA	Zajęcia	Monika Michalska Matusik	02-10-2026	09:00	12:00	03:00
<b>7 z 11</b> -	Przerwa	-	02-10-2026	12:00	12:30	00:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>8 z 11</b> KUTECZNY PRODUCT MANAGER W PRAKTYCE – SPOSOBY BUDOWANIA PRZEWAGI KONKURENC YJNEJ ZROZUMIENIE ROLI PRODUCT MANAGERA W ORGANIZACJI	Zajęcia	Monika Michalska Matusik	02-10-2026	12:30	14:00	01:30
<b>9 z 11</b> -	Przerwa	-	02-10-2026	14:00	14:30	00:30
<b>10 z 11</b> Współpraca PM z innymi działami	Zajęcia	Monika Michalska Matusik	02-10-2026	14:30	15:30	01:00
<b>11 z 11</b> -	Walidacja	-	02-10-2026	15:30	16:00	00:30

## Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	14:00
w tym suma godzin zajęć	11:30
w tym suma godzin walidacji	00:30
w tym suma przerw	02:00
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	16:00

## Cennik

### Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	2 295,00 PLN

<b>Koszt przypadający na 1 uczestnika netto</b>	2 295,00 PLN
<b>Koszt osobogodziny brutto</b>	163,93 PLN
<b>Koszt osobogodziny netto</b>	163,93 PLN

## Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	14:00

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

### Monika Michalska Matusik

Head of Communication, CEWE

Praktyk biznesu, manager w międzynarodowych korporacjach FMCG, z doświadczeniem w obszarze Marketingu, Trade Marketingu i Sprzedaży. Doświadczenie zawodowe w Firmach Nestle, Kompania Piwowarska i Coty.

Wieloletnie zarządzanie markami lokalnymi i globalnymi, w branży spożywczej i kosmetycznej.

Wprowadzanie na rynek i rozwój produktów w wielu kategoriach: pielęgnacja, zapachy, napoje, słodocze, w najważniejszych kanałach sprzedaży. Kreowanie długookresowych strategii brandowych, jak i kanałowych. Przygotowywanie planów i narzędzi sprzedażowych, prowadzenie międzynarodowych projektów biznesowych. Tworzenie i implementacja procesów biznesowych. Rozwój zespołów marketingowych i trade marketingowych.

Absolwentka Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, na kierunku Organizacja i Zarządzanie.

Zainteresowania zawodowe – coaching i komunikacja.

Doświadczenie zawodowe zdobyte nie wcześniej niż 5 lat przed datą wprowadzenia szczegółowych danych dotyczących oferowanej usługi.

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnik otrzyma elektronicznie wszystkie prezentacje w formie pdf oraz Certyfikat wystawiony przez Wydział Zarządzania Politechniki Warszawskiej.

### Warunki uczestnictwa

Zarejestrowanie się na szkolenie poprzez przesłanie formularza zgłoszeniowego on-line za pośrednictwem strony [www.certge.pl](http://www.certge.pl) lub scanu formularza na adres:

[info@cge.com.pl](mailto:info@cge.com.pl)

Więcej informacji dotyczących zgłoszenia tel. 604 152 181 lub e-mail: [info@cge.com.pl](mailto:info@cge.com.pl)

## Informacje dodatkowe

Więcej informacji dotyczących szkolenia tel. 604 152 181 lub e-mail: [info@cge.com.pl](mailto:info@cge.com.pl)

## Warunki techniczne

Szkolenie będzie realizowane na platformie MS Teams. Do udziału w szkoleniu potrzebny jest komputer/telefon z dostępem do Internetu. Nie ma konieczności instalowania na swoim komputerze/telefonie aplikacji Microsoft Teams, po kliknięciu w otrzymany link do szkolenia uczestnicy będą mogli wybrać: albo pobrać aplikację Microsoft Teams lub otworzyć ją w dowolnej przeglądarce.

## Kontakt



**Mariusz Kowalski**

**E-mail** [info@cge.com.pl](mailto:info@cge.com.pl)

**Telefon** (+48) 604 152 181