



Szkolenie: Dyrektor marketingu

Numer usługi 2026/06/27/165578/3654175

7 000,00 PLN brutto

7 000,00 PLN netto

333,33 PLN brutto/h

333,33 PLN netto/h

250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

LABA POLSKA
SPÓŁKA Z
OGRA NICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚ
CIĄ

★★★★☆ 4,3 / 5

3 oceny

- 🏠 Usługa szkoleniowa
- 📄 zdalna w czasie rzeczywistym
- 👥 Zajęcia grupowe
- 🕒 21:00 h
- 📅 20.08.2026 do 28.09.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Identyfikatory projektów

Kierunek - Rozwój, Nowy start w Małopolsce z EURESEM, Małopolski Pociąg do kariery, Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe

Grupa docelowa usługi

Usługa skierowana jest do osób indywidualnych, firm oraz ich pracowników rozwijających kompetencje w zarządzaniu marketingiem. Grupę docelową stanowią dyrektorzy marketingu, CMO, marketing managerowie, brand managerowie, liderzy zespołów marketingowych, osoby przygotowujące się do funkcji kierowniczej w marketingu oraz przedsiębiorcy zarządzający działaniami marketingowymi. Rekomendowane jest doświadczenie w marketingu, komunikacji, sprzedaży, zarządzaniu projektem lub współpracy z działem marketingu. Uczestnik powinien wykonywać lub planować zadania związane z organizacją działu marketingu, zarządzaniem zespołem, ustalaniem KPI, analizą rynku, strategią, personalizacją działań, wdrażaniem planu marketingowego, raportowaniem wyników i reagowaniem na trendy.

Usługa skierowana również do uczestników projektów:

- „Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe” WUP w Szczecinie,
- "Małopolski Pociąg do kariery" WUP Kraków,
- "Nowy start w Małopolsce z EURESEM" WUP Kraków,
- "Kierunek Rozwój" WUP Toruń

Minimalna liczba uczestników

2

Maksymalna liczba uczestników

30

Data zakończenia rekrutacji

19-08-2026

Cel

Cel edukacyjny

Usługa „Szkolenie: Dyrektor marketingu” przygotowuje do planowania i zarządzania działaniami marketingowymi na poziomie CMO, w tym do organizowania pracy działu marketingu, ustalania celów i KPI, analizowania otoczenia rynkowego, planowania strategii, personalizacji działań, wdrażania planu marketingowego, raportowania wyników oraz reagowania na trendy konsumenckie i marketingowe..

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Charakteryzuje zasady organizacji działu marketingu i rolę CMO w organizacji	<ul style="list-style-type: none"> • rozróżnia obszary działania marketingu, role w zespole, wymagane kompetencje oraz sposoby ustalania KPI dla członków zespołu • charakteryzuje miejsce CMO w wybranych modelach organizacji oraz zasady integracji celów marketingowych z celami biznesowymi organizacji. 	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p> <p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
Charakteryzuje narzędzia analizy, planowania i raportowania działań marketingowych.	<ul style="list-style-type: none"> • rozróżnia zastosowanie badań rynku, analizy konkurencji, analizy PEST, analizy SWOT, badania trendów i analizy potrzeb klientów. • charakteryzuje zastosowanie dashboardów strategicznych, taktycznych i operacyjnych oraz KPI w raportowaniu wyników działań marketingowych 	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
Dobiera działania zarządcze do sytuacji działu marketingu	<ul style="list-style-type: none"> • dobiera sposób podziału ról, celów i KPI do opisu struktury zespołu marketingowego • wskazuje adekwatny styl przywództwa, sposób współpracy z agencjami lub działanie wspierające skuteczność zespołu w opisanej sytuacji organizacyjnej. 	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p> <p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Dobiera elementy strategii marketingowej do celów organizacji i sytuacji rynkowej	<ul style="list-style-type: none"> wskazuje właściwe elementy strategii marketingowej, pozycjonowania marki, Customer Value Proposition lub filarów marki na podstawie opisu przypadku. 	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	<ul style="list-style-type: none"> dobiera taktyki marketingowe, działania personalizacyjne lub elementy ścieżki klienta do wskazanych celów biznesowych i potrzeb odbiorców. 	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Ocenia poprawność wdrożenia i monitorowania planu marketingowego.	<ul style="list-style-type: none"> identyfikuje błędy w przejściu od strategii do taktyki, w monitorowaniu działań lub w egzekucji planu marketingowego. 	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	<ul style="list-style-type: none"> dobiera właściwe wskaźniki, widoki raportowe lub działania korygujące do opisu wyników i problemów marketingowych 	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Ocenia decyzje CMO w kontekście odpowiedzialnego przywództwa marketingowego	<ul style="list-style-type: none"> wskazuje zachowania lidera marketingu wspierające współpracę, komunikację z klientem wewnętrznym, synergię marketingu i sprzedaży oraz rozwój zespołu 	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	<ul style="list-style-type: none"> ocenia konsekwencje decyzji marketingowych w kontekście trendów konsumenckich, brand purpose, marketingu odpowiedzialnego społecznie i budowy zwinnej organizacji marketingowej 	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

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

Dla osiągnięcia celu edukacyjnego usługa obejmuje:

Zakres tematyczny

Moduł 1. Struktura działu

- zdefiniowanie obszarów działania marketingu,
- podział ról w zespole,
- kompetencje w dziale marketingu,
- sposoby ustalania KPI dla członków zespołu.

Moduł 2. Zarządzanie zespołem marketingu

- cykl życia zespołu,
- innowacja i kreacja w zespole,
- zarządzanie zasobami zewnętrznymi, w tym outsourcing i współpraca z agencjami,
- wybrane style przywództwa wspierające skuteczność działu marketingu,
- samomotywacja CMO.

Moduł 3. Miejsce i rola CMO w organizacji

- Przegląd wybranych modeli organizacji
- Ustalenie celów działu marketingu oraz kryteriów sukcesu
- Modele GTM - Integracja celów organizacji z celami marketingowymi
- Komunikacja z organizacją - budowa relacji z klientem wewnętrznym
- Dział marketingu i sprzedaży – jak uzyskać efekt synergii

Moduł 4. CMO jako strateg – etapy planowania

- Jak zacząć planowanie?
- Cykle planowania w marketingu
- Cele biznesowe – jak z nimi pracować?
- Budżetowanie w marketingu

Moduł 5. Analiza otoczenia marketingowego

- Analiza marketingowa: badania rynku, ocena potrzeb klientów, analiza konkurencji
- Analiza PEST - zastosowanie
- Badanie trendów
- Określanie czynników przewagi konkurencyjnej produktu/usługi (analiza SWOT)

Moduł 6. Personalizacja w marketingu

- definicja grup docelowych,
- planowanie ścieżki klienta.

Moduł 7. Planowanie strategiczne

- Elementy strategii marketingowej
- Pułapka komodytyzacji
- Pozycjonowanie marki
- Filary marki
- Customer Value Proposition
- Ustalanie celów działań marketingowych oraz planu marketingowego - wybór taktyk
- wybór taktyk marketingowych.

Moduł 8. Marketing oparty na danych

- dane i potencjał ich wykorzystania w marketingu,
- analiza wybranych case studies,
- organizacja dojrzała cyfrowo,
- automatyzacja w marketingu.

Moduł 9. Wdrożenie planu marketingowego

- Od strategii do taktyki
- Budowanie planu taktycznego, korygowanie i bieżący monitoring
- Content marketing
- Pułapki egzekucji

Moduł 10. Raportowanie wyników

- CMO w roli lidera transformacji
- Dobre praktyki skutecznego raportowania
- Dashboardy: strategiczny, taktyczny, operacyjny - wykorzystanie

Moduł 11. Przegląd wybranych trendów konsumenckich: marketing odpowiedzialny społecznie

- trendy konsumenckie,
- brand purpose,
- marketing odpowiedzialny społecznie.

Moduł 12. Połączony świat i inne megatrendy ważne dla marketingu

- rewolucja 4.0 i jej wpływ na działania marketingowe,
- trendy marketingowe z perspektywy eksperta,
- budowa zwinnej organizacji marketingowej.

Walidacja

Łączna ilość godzin: 21h zegarowych w tym: 10h teoria, 10,75h praktyka, 0,25h walidacja

Warunki organizacyjne

1. Szkolenie grupowe; maksymalna wielkość grupy: 30 osób.
2. Szkolenie obejmuje: wykład interaktywny, analizę przykładów, studia przypadków, dyskusję moderowaną, ćwiczenia praktyczne oraz warsztaty dotyczące zarządzania sprzedażą, budowania zespołów handlowych i doskonalenia procesów sprzedażowych.
3. Usługa realizowana w formie zdalnej w czasie rzeczywistym
4. Usługa jest realizowana w godzinach zegarowych – 1 h = 60 min.
5. Szkolenie realizowane jest w formule 12 spotkań po 1 godzinie 45 minut. Ze względu na długość pojedynczego spotkania nie przewiduje się przerw w trakcie trwania usługi.
6. Warunkiem ukończenia szkolenia jest udział w zajęciach przez minimum 80% czasu trwania usługi.
7. Walidacja jest wliczona w czas trwania usługi i odbywa się na zakończenie ostatniego dnia szkolenia.
8. Metoda walidacji efektów uczenia się: test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie.

Organizacja walidacji

1. Walidacja efektów uczenia się zostanie przeprowadzona na zakończenie ostatniego spotkania, w czasie wskazanym w harmonogramie usługi. Czas trwania walidacji wynosi 15 minut i jest wliczony w całkowity czas trwania usługi.
2. Walidacja zostanie przeprowadzona zdalnie, w formie testu teoretycznego z wynikiem generowanym automatycznie. Uczestnik otrzyma dostęp do testu online za pośrednictwem platformy lub narzędzia wskazanego przez Dostawcę Usług.
3. Wynik testu zostanie wygenerowany automatycznie po jego zakończeniu, bez udziału osoby prowadzącej szkolenie w ocenie odpowiedzi uczestnika. Rozwiązanie zapewnia rozdzielenie procesu kształcenia od procesu walidacji. Pozytywny wynik walidacji stanowi podstawę do potwierdzenia osiągnięcia efektów uczenia się przewidzianych dla usługi.
4. Walidacja zostanie przeprowadzona z zachowaniem rozdzielności funkcji procesu szkoleniowego i procesu walidacji.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 13

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 13 Moduł 1. Struktura działu – miniwykład interaktywny, analiza struktury działu marketingu, ćwiczenie online	Zajęcia	Kamila Cichocka	20-08-2026	18:00	19:45	01:45
2 z 13 Moduł 2. Zarządzanie zespołem marketingu – miniwykład interaktywny, analiza stylów przywództwa, ćwiczenie	Zajęcia	Kamila Cichocka	24-08-2026	18:00	19:45	01:45
3 z 13 Moduł 3. Miejsce i rola CMO w organizacji – miniwykład interaktywny, analiza modeli organizacji, case study	Zajęcia	Kamila Cichocka	27-08-2026	18:00	19:45	01:45
4 z 13 Moduł 4. CMO jako strateg – etapy planowania – miniwykład interaktywny, ćwiczenie online, analiza przykładów	Zajęcia	Kamila Cichocka	31-08-2026	18:00	19:45	01:45
5 z 13 Moduł 5. Analiza otoczenia marketingowego – miniwykład interaktywny, analiza, ćwiczenie online	Zajęcia	Kamila Cichocka	03-09-2026	18:00	19:45	01:45

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
6 z 13 Moduł 6. Personalizacja w marketingu – miniwykład interaktywny, ćwiczenie, analiza	Zajęcia	Kamila Cichocka	07-09-2026	18:00	19:45	01:45
7 z 13 Moduł 7. Planowanie strategiczne – miniwykład interaktywny, analiza, ćwiczenie	Zajęcia	Kamila Cichocka	10-09-2026	18:00	19:45	01:45
8 z 13 Moduł 8. Marketing oparty na danych – wykład interaktywny, analiza case studies, Q&A	Zajęcia	Kamila Cichocka	14-09-2026	18:00	19:45	01:45
9 z 13 Moduł 9. Wdrożenie planu marketingowego – miniwykład interaktywny, case study, ćwiczenie	Zajęcia	Kamila Cichocka	17-09-2026	18:00	19:45	01:45
10 z 13 Moduł 10. Raportowanie wyników – miniwykład interaktywny, analiza dashboardów, ćwiczenie	Zajęcia	Kamila Cichocka	21-09-2026	18:00	19:45	01:45

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
11 z 13 Moduł 11. Przegląd wybranych trendów konsumenckich: marketing odpowiedzialny społecznie – miniwykład interaktywny, analiza, dyskusja moderowana	Zajęcia	Kamila Cichocka	24-09-2026	18:00	19:45	01:45
12 z 13 Moduł 12. Połączony świat i inne megatrendy ważne dla marketingu – miniwykład interaktywny, analiza, Q&A	Zajęcia	Kamila Cichocka	28-09-2026	18:00	19:30	01:30
13 z 13 -	Walidacja	Kamila Cichocka	28-09-2026	19:45	20:00	00:15

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	21:00
w tym suma godzin zajęć	20:45
w tym suma godzin walidacji	00:15
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	28:00

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	7 000,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT	

Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	7 000,00 PLN
--	--------------

Koszt osobogodziny brutto	333,33 PLN
---------------------------	------------

Koszt osobogodziny netto	333,33 PLN
--------------------------	------------

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
---------------	---------------

Liczba godzin zegarowych usługi	21:00
---------------------------------	-------

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Kamila Cichocka

Kamila Cichocka – CMO / Dyrektorka Marketingu w Microsoft Polska, odpowiedzialna za obszar Europy Centralnej, ekspertka w zakresie marketingu strategicznego, zarządzania działem marketingu, budowy modeli biznesowych, marketingu inkluzywnego, data driven marketingu, raportowania i odpowiedzialności społecznej marek. Od ponad 20 lat pracuje w branży technologicznej w międzynarodowych organizacjach, a w ostatnich 5 latach pełni funkcje managerskie w obszarze marketingu, prowadząc rozbudowane działania obejmujące grupy produktów Microsoft. Jest współzałożycielką inicjatywy trust4brand, społeczności liderów marketingu i komunikacji, oraz została wyróżniona w rankingu „Strong Women in IT 2023”. W 2026 r. prowadzi kurs „Dyrektor marketingu”, obejmujący strategię, KPI, zarządzanie zespołem, analizę rynku, marketing oparty na danych, raportowanie i trendy.

Osoba prowadząca usługę ma kwalifikacje i doświadczenie zgodne z tematyką usługi zdobyte w ostatnich 5 latach przed publikacją usługi.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Organizator zapewnia następujące materiały dydaktyczne:

- dostęp do nagrań i materiałów z kursu przez okres 2 lat od zakończenia szkolenia.

Na życzenie uczestnika dostawca usługi dostarczy materiały zapewniające dostępność.

Informacje dodatkowe

Uczestnik, dokonując zapisu na usługę, oświadcza, że usługa rozwojowa odbywa się poza godzinami pracy lub w dni wolne od pracy. Warunkiem otrzymania zaświadczenia jest próg obecności na poziomie 80%.

Usługa korzysta ze zwolnienia z podatku VAT na podstawie art. 43 ust. 1 pkt 29 lit. a ustawy o VAT.

Organizator zapewnia dostępność osobom ze szczególnymi potrzebami podczas realizacji usług rozwojowych zgodnie z Ustawą z dn. 19lipca 2019 r. o zapewnianiu dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami (Dz.U. 2022 poz. 2240) oraz „Standardami dostępności dla polityki spójności 2021-2027”. W przypadku potrzeby zapewnienia udogodnień prosimy o kontakt: +48 534 853 079, paulina.lukawska@l-a-b-a.pl przed zapisem na usługę.

Zawarto umowy z Wojewódzkimi Urzędami Pracy w:

- Szczecinie w ramach projektu „Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe”.
- Krakowie w ramach projektów „Małopolski Pociąg do kariery” i „Nowy start w Małopolsce z EURESEM”.
- Toruniu w ramach projektu "Kierunek – Rozwój”.

Warunki techniczne

Usługa realizowana jest w formie zdalnej w czasie rzeczywistym z wykorzystaniem platformy Zoom.

W celu prawidłowego udziału w szkoleniu uczestnik powinien posiadać:

- komputer lub laptop z dostępem do Internetu (zalecana prędkość min. 10 Mb/s),
- aktualną przeglądarkę internetową (np. Google Chrome, Mozilla Firefox, Microsoft Edge),
- sprawny mikrofon oraz kamerę, co zapewni możliwość dwustronnej komunikacji i właściwego nadzoru nad przebiegiem usługi.
- możliwość odbioru dźwięku (głośniki lub słuchawki),
- dostęp do poczty elektronicznej w celu otrzymania linku do szkolenia.

Dołączenie do szkolenia następuje poprzez kliknięcie w link przesłany przed rozpoczęciem zajęć. Link aktywny jest przez cały okres trwania usługi zgodnie z harmonogramem.

Linki zostaną udostępnione uczestnikom w terminie zgodnym z regulaminem.

Kontakt



PAULINA ŁUKAWSKA

E-mail plukawska1006@gmail.com

Telefon (+48) 534 853 079