



**Marketing usług medycznych w praktyce.
2-dniowe warsztaty szkoleniowe.
Certyfikowane szkolenie, forma zdalna w
czasie rzeczywistym.**

Numer usługi 2026/07/14/8282/3688544

2 078,70 PLN brutto
1 690,00 PLN netto
173,23 PLN brutto/h
140,83 PLN netto/h
250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

Centrum Organizacji
Szkoleń i

Konferencji SEMPER
Magdalena
Wolniewicz-Kesaria

★★★★☆ 4,5 / 5

3 202 oceny

🏠 Usługa szkoleniowa
📺 zdalna w czasie rzeczywistym
👥 Zajęcia grupowe
🕒 12:00 h
📅 28.06.2027 do 29.06.2027

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Szkolenie zostało zaprojektowane z myślą o pracownikach usług medycznych, którzy potrzebują wsparcia w zakresie doskonalenia komunikacji z pacjentem przez skuteczne działania marketingowe. Szkolenie skierowane jest do właścicieli placówek medycznych, menedżerów zarządzających zakładami opieki zdrowotnej, pracowników PR placówek medycznych, kierowników i specjalistów do spraw marketingu i komunikacji marketingowej obsługujących placówki medyczne oraz osób zainteresowanych zdobyciem umiejętności w zakresie zarządzania procesami usług medycznych i świadomego budowania profesjonalnego wizerunku placówki medycznej.

Minimalna liczba uczestników

2

Maksymalna liczba uczestników

15

Data zakończenia rekrutacji

25-06-2027

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Znak Jakości TGLS Quality Alliance

Cel

Cel edukacyjny

Usługa ma na celu nabycie kompetencji z zakresu marketingu usług medycznych, samodzielnego zarządzania marketingiem placówki medycznej, przeprowadzania kampanii reklamowych w mediach oraz budowania pozytywnego wizerunku organizacji. Szkolenie ma na celu doskonalenie jakości usług przez stosowanie skutecznych metod marketingowych i kierunków działania PR placówek opieki zdrowotnej a także wpływanie na zadowolenie pacjentów przez świadome budowanie relacji personelu

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
-	-	Wywiad swobodny

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

Grupa docelowa

Szkolenie zostało zaprojektowane z myślą o pracownikach usług medycznych, którzy potrzebują wsparcia w zakresie doskonalenia komunikacji z pacjentem przez skuteczne działania marketingowe. Szkolenie skierowane jest do właścicieli placówek medycznych, menedżerów zarządzających zakładami opieki zdrowotnej, pracowników PR placówek medycznych, kierowników i specjalistów do spraw marketingu i komunikacji marketingowej obsługujących placówki medyczne oraz osób zainteresowanych zdobyciem umiejętności w zakresie zarządzania procesami usług medycznych i świadomego budowania profesjonalnego wizerunku placówki medycznej.

Program szkolenia

Program szkolenia stanowi prawnie chronioną własność intelektualną, a jego przetwarzanie, rozpowszechnianie lub korzystanie z niego bez wiedzy i zgody autora jest zabronione.

1.Wprowadzenie do problematyki marketingu usług medycznych

- Nowoczesny marketing - jakie daje możliwości placówce medycznej?

- PR i marketing usług medycznych

- Prawne aspekty marketingu usług medycznych

2. Rozpoznawalność pomaga czyli budowanie wizerunku w usługach medycznych

- Jak zbudować profesjonalną markę w opiece zdrowotnej

- Techniki i zasady budowania wizerunku placówki usług medycznych

3. Budowanie wizerunku osobistego menedżerów i pracowników służby zdrowia składową wizerunku placówki medycznej

- Istota budowania wizerunku pracowników służby zdrowia

- Różnice i podobieństwa w budowaniu wizerunku osoby i wizerunku organizacji

- Metody budowania wizerunku menedżera placówki medycznej

4. Branding w marketingu usług medycznych

- System identyfikacji wizualnej placówki zdrowotnej i jego rola w budowaniu wizerunku organizacji

- Procedura projektowania systemu identyfikacji wizualnej firmy

- Zasady i etapy budowania systemu całościowej identyfikacji

- Zarządzanie wizerunkiem placówki medycznej a system identyfikacji wizualnej

5. Kiedy przeprowadzić rebranding marki usług medycznych

- Odświeżanie i zmiana wizerunku marki

- Odświeżanie i zmiana wizerunku przedsiębiorstwa

- Ewolucja marek

6. Skuteczna strategia reklamowa w opiece medycznej

- Strategia reklamowa i marketingowa

- Planowanie, wdrażanie i analiza strategii

- Efektywna strategia komunikacji z pacjentem

- Strategiczne promowanie organizacji opieki zdrowotnej

7. Polityka wizerunkowa placówki medycznej

- Istota i cele public relations

- Strategia wizerunkowa a polityka wizerunkowa organizacji

- Działania informacyjne i public relations w praktyce

- Przepływ informacji i systemy informacyjne wewnątrz organizacji

- Marketing relacyjny w placówkach medycznych

- Komunikacja z pacjentem a budowanie dobrych relacji lekarz-pacjent

8. Content marketing usług medycznych

- Content marketing a techniki kreowania wizerunku placówki medycznej

- Mówione, pisemne i wizualne techniki kreowania treści

- Proces budowania relacji z otoczeniem i reputacji organizacji przez efektywny Content marketing w usługach medycznych

9. Istota Employer Branding w sektorze ochrony zdrowia

- Determinanty wizerunku pracodawcy
- Kapitał ludzki w organizacji
- Employer Branding i rola pracowników w kształtowaniu wizerunku placówki medycznej

10. E-Public Relations placówki medycznej i współpraca z mediami - media relations

- Media i ich rola w procesie budowania wizerunku
- Polityka działań PR względem różnych mediów według określonej formy działań komunikacji zewnętrznej
- Kształtowanie korzystnej opinii mediów o organizacji zdrowotnej
- Współpraca z prasą, radiem, telewizją w celu budowania korzystnego wizerunku firmy w mediach – techniki i budowanie relacji z mediami

11. Wewnętrzne public relations w usługach medycznych

- Działania PR w komunikacji wewnętrznej w organizacji
- Model procesu skutecznej komunikacji
- Komunikacja wewnętrzna jako element budowania wizerunku
- Kultura organizacyjna jako system zachowań pracowników i reprezentantów placówki medycznej
- Spotkania służbowe jako element budowania komunikacji i wizerunku organizacji

12. Public relations w sytuacjach kryzysowych w placówce medycznej

- Pojęcie kryzysu w organizacji usług medycznych
- Źródła i przyczyny kryzysu w organizacji
- Zarządzanie wizerunkowe w sytuacji kryzysowej
- Typy sytuacji kryzysowych oraz przykłady zachowań
- Elementy planu i zasady rozwiązania sytuacji kryzysowej w placówce medycznej
- Metody działań w celu ratowania utraconego wizerunku

13. Zakończenie szkolenia

- Podsumowanie
- Przypomnienie najważniejszych zagadnień
- Wnioski końcowe
- Zadanie dla Uczestników

W przypadku szkolenia w formule on-line modyfikacji mogą ulec forma i sposób realizacji zaplanowanych dla Państwa ćwiczeń.

Organizator zastrzega sobie prawo do zmiany harmonogramu realizacji usługi. Ostateczne informacje zostaną przekazane uczestnikom najpóźniej na 7 dni przed rozpoczęciem szkolenia. Zmiana harmonogramu nie wpływa na całkowity wymiar godzin szkolenia.

Prosimy o traktowanie liczby zapisów widocznych w BUR wyłącznie orientacyjnie. Rejestracje poprzez BUR są tylko częścią zapisów na szkolenie, ponieważ prowadzimy również nabór komercyjny, którego liczba uczestników nie jest widoczna w systemie BUR. Zachęcamy do rezerwacji miejsca - grupy szkoleniowe są tworzone również na podstawie zapisów spoza BUR.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 5

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 5 Marketing usług medycznych w praktyce. 2-dniowe warsztaty szkoleniowe. Certyfikowane szkolenie, forma zdalna w czasie rzeczywistym.	Zajęcia	Ekspert SEMPER	28-06-2027	09:00	14:00	05:00
2 z 5 -	Przerwa	-	28-06-2027	14:00	15:00	01:00
3 z 5 Marketing usług medycznych w praktyce. 2-dniowe warsztaty szkoleniowe. Certyfikowane szkolenie, forma zdalna w czasie rzeczywistym.	Zajęcia	Ekspert SEMPER	29-06-2027	09:00	13:00	04:00
4 z 5 -	Przerwa	-	29-06-2027	13:00	14:00	01:00
5 z 5 -	Walidacja	-	29-06-2027	14:00	15:00	01:00

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	12:00
w tym suma godzin zajęć	09:00
w tym suma godzin walidacji	01:00
w tym suma przerw	02:00
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	13:15

Cennik

Jeżeli korzystasz z dofinansowania i usługa stanowi usługę kształcenia zawodowego lub przekwalifikowania zawodowego wraz z usługą lub dostawą towarów ściśle związaną z usługami kształcenia zawodowego lub przekwalifikowania zawodowego to możesz mieć możliwość skorzystania za zwolnienia z podatku VAT na podstawie art. 43 ust. 1 pkt 29 lit. c ustawy z dnia 11 marca 2024 r. o podatku od towarów i usług, jeżeli usługa w całości jest finansowana ze środków publicznych lub § 3 ust. 1 pkt 14 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20 grudnia 2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień w przypadku, gdy usługa jest finansowana w co najmniej 70% ze środków publicznych.

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	2 078,70 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 690,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	173,23 PLN
Koszt osobogodziny netto	140,83 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	12:00

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Ekspert SEMPER

Ekspert SEMPER

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

- otrzymujesz certyfikat wydany przez jedną z wiodących firm szkoleniowych w Polsce
- materiały szkoleniowe w wersji elektronicznej
- masz dostęp do konsultacji poszkoleniowych w formie e-mail do 4 tygodni po zrealizowanym szkoleniu

- otrzymujesz indywidualną kartę rabatową upoważniającą do 10% zniżki na wszystkie kolejne szkolenia stacjonarne i online organizowane przez Centrum Organizacji Szkoleń i Konferencji SEMPER

Warunki uczestnictwa

Inwestycja

1290.00zł netto (+23% VAT)

Dla jednostek budżetowych finansujących udział w szkoleniu w minimum 70% lub w całości ze środków publicznych stawka podatku VAT = zw.

Cena zawiera:

- uczestnictwo w szkoleniu on-line
- materiały szkoleniowe w wersji elektronicznej
- renomowany certyfikat potwierdzający ukończenie szkolenia (w wersji elektronicznej lub papierowej)
- konsultacje poszkoleniowe
- 10% zniżki na wszystkie kolejne szkolenia otwarte i on-line organizowane przez Centrum Organizacji Szkoleń i Konferencji SEMPER.

Informacje dodatkowe

Metody pracy podczas szkolenia on-line:

- wygodna forma szkolenia - wystarczy dostęp do urządzenia z internetem (komputer, tablet, telefon), słuchawki lub głośniki i ulubiony fotel
- szkolenie realizowane jest w nowoczesnej formie w wirtualnym pokoju konferencyjnym i kameralnej grupie uczestników
- bierzesz udział w pełnowartościowym szkoleniu - Trener prowadzi zajęcia "na żywo" - widzisz go i słyszysz
- pokaz prezentacji, ankiet i ćwiczeń widzisz na ekranie swojego komputera w czasie rzeczywistym.
- podczas szkolenia Trener aktywizuje uczestników zadając pytania, na które można odpowiedzieć w czasie rzeczywistym
- otrzymujesz certyfikat wydany przez jedną z wiodących firm szkoleniowych w Polsce
- masz dostęp do konsultacji poszkoleniowych w formie e-mail do 4 tygodni po zrealizowanym szkoleniu
- otrzymujesz indywidualną kartę rabatową upoważniającą do 10% zniżki na wszystkie kolejne szkolenia stacjonarne i online organizowane przez Centrum Organizacji Szkoleń i Konferencji SEMPER

Warunki techniczne

1. **Platforma /rodzaj komunikatora, za pośrednictwem którego prowadzona będzie usługa** - Platforma **Zoom** (<https://zoom-video.pl/>)
2. **Minimalne wymagania sprzętowe, jakie musi spełniać komputer Uczestnika lub inne urządzenie do zdalnej komunikacji** - komputer, laptop lub inne urządzenie z dostępem do internetu
3. **Minimalne wymagania dotyczące parametrów łącza sieciowego, jakim musi dysponować Uczestnik** - minimalna prędkość łącza: 512 KB/sek
4. **Niezbędne oprogramowanie umożliwiające Uczestnikom dostęp do prezentowanych treści i materiałów** - komputer, laptop lub inne urządzenie z dostępem do internetu. Nie ma potrzeby instalowania specjalnego oprogramowania.
5. **Okres ważności linku umożliwiającego uczestnictwo w spotkaniu on-line** - do momentu zakończenia szkolenia
6. Potrzebna jest zainstalowana najbardziej aktualna oficjalna wersja jednej z przeglądarek: **Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, Edge lub Opera**. Procesor dwurdzeniowy 2GHz lub lepszy (zalecany czterordzeniowy); 2GB pamięci RAM (zalecane 4GB lub więcej); System operacyjny taki jak Windows 8 (zalecany Windows 10), Mac OS wersja 10.13 (zalecana najnowsza wersja), Linux, Chrome OS. Łącze internetowe o minimalnej przepustowości do zapewnienia transmisji dźwięku 512Kb/s, zalecane min. 2 Mb/s oraz min. 1 Mb/s do zapewnienia transmisji łącznie dźwięku i wizji, zalecane min. 2,5 Mb/s.

Kontakt



Angelika Poznańska

E-mail a.poznanska@szkolenia-semper.pl

Telefon (+48) 570 590 060