



IT ENGINEERING &
CONSULTING
SPÓŁKA Z
OGRA NICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚĆ
CIĄ

★★★★★ 4,9 / 5

1 530 ocen

Projektowanie Strategii Komunikacji Marki i Rozwoju Marketingu Przedsiębiorstwa – szkolenie

Numer usługi 2026/07/21/156609/3700978

📍 Olsztyn

🏢 Usługa szkoleniowa

📄 stacjonarna

👤 Zajęcia indywidualne

🕒 16:00 h

📅 03.08.2026 do 06.08.2026

5 000,00 PLN brutto

5 000,00 PLN netto

312,50 PLN brutto/h

312,50 PLN netto/h

250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Szkolenie skierowane jest do właścicieli przedsiębiorstw, kadry zarządzającej, menedżerów, specjalistów ds. marketingu, sprzedaży i rozwoju biznesu oraz osób odpowiedzialnych za planowanie i realizację działań marketingowych oraz komunikacji z klientami.

Uczestnikami szkolenia mogą być również osoby odpowiedzialne za rozwój marki, budowanie strategii marketingowej, prowadzenie mediów społecznościowych, zarządzanie stroną internetową, działania SEO, przygotowywanie treści marketingowych oraz analizę skuteczności prowadzonych działań promocyjnych.

Szkolenie jest przeznaczone dla osób, które chcą rozwijać kompetencje w zakresie analizy rynku i konkurencji, definiowania grup docelowych, budowania propozycji wartości, projektowania skutecznej komunikacji marketingowej oraz planowania i monitorowania działań marketingowych wspierających rozwój przedsiębiorstwa.

Minimalna liczba uczestników

1

Maksymalna liczba uczestników

1

Data zakończenia rekrutacji

02-08-2026

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 projektowania i wdrażania strategii marketingowej przedsiębiorstwa poprzez rozwój kompetencji w zakresie analizy obecnych działań marketingowych, identyfikacji grup docelowych, budowania propozycji wartości marki, planowania komunikacji marketingowej oraz opracowywania harmonogramu działań promocyjnych z wykorzystaniem różnych kanałów komunikacji.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Charakteryzuje zasady opracowywania strategii marketingowej przedsiębiorstwa.	omawia etapy tworzenia strategii marketingowej;	Test teoretyczny
	identyfikuje elementy analizy rynku i konkurencji;	Test teoretyczny
	omawia zasady budowy programów i pakietów usługowych	Test teoretyczny
	opisuje zasady definiowania grup docelowych i propozycji wartości;	Test teoretyczny
	rozdziela kanały komunikacji marketingowej oraz ich zastosowanie;	Test teoretyczny
	wskazuje metody monitorowania skuteczności działań marketingowych.	Test teoretyczny
Opracowuje strategię marketingową dostosowaną do celów i potrzeb przedsiębiorstwa.	analizuje dotychczasowe działania marketingowe przedsiębiorstwa;	Obserwacja w warunkach symulowanych
	określa grupę docelową oraz potrzeby klientów;	Obserwacja w warunkach symulowanych
	przygotowuje propozycję wartości marki;	Obserwacja w warunkach symulowanych
	projektuje plan komunikacji z wykorzystaniem odpowiednich kanałów marketingowych;	Obserwacja w warunkach symulowanych
	opracowuje harmonogram działań marketingowych;	Obserwacja w warunkach symulowanych
	dobiera cele oraz wskaźniki oceny skuteczności działań marketingowych.	Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Wykazuje gotowość do planowania i doskonalenia działań marketingowych w przedsiębiorstwie.	współpracuje przy opracowywaniu strategii marketingowej;	Obserwacja w warunkach symulowanych
	uzasadnia wybór proponowanych działań marketingowych;	Obserwacja w warunkach symulowanych
	uwzględnia potrzeby klientów podczas planowania komunikacji;	Obserwacja w warunkach symulowanych
	analizuje wyniki działań marketingowych i formułuje rekomendacje usprawniające;	Obserwacja w warunkach symulowanych
	wykazuje gotowość do doskonalenia strategii marketingowej w odpowiedzi na zmieniające się warunki rynkowe.	Obserwacja w warunkach symulowanych

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 „Projektowanie Strategii Komunikacji Marki i Rozwoju Marketingu Przedsiębiorstwa” ma charakter praktyczny i koncentruje się na przygotowaniu uczestników do świadomego planowania działań marketingowych odpowiadających celom biznesowym przedsiębiorstwa.

Podczas szkolenia uczestnicy dokonują analizy dotychczas prowadzonych działań marketingowych, oceniają skuteczność wykorzystywanych kanałów komunikacji oraz analizują aktywność konkurencji i aktualną pozycję przedsiębiorstwa na rynku. Następnie opracowują profil idealnego klienta, identyfikują jego potrzeby oraz definiują propozycję wartości marki stanowiącą podstawę skutecznej

komunikacji marketingowej.

Istotnym elementem szkolenia jest projektowanie spójnej strategii komunikacji obejmującej media społecznościowe, stronę internetową, działania SEO, newsletter oraz pozostałe kanały komunikacji wykorzystywane przez przedsiębiorstwo. Uczestnicy przygotowują harmonogram publikacji, określają priorytety działań marketingowych oraz planują sposób monitorowania ich skuteczności przy wykorzystaniu odpowiednich wskaźników i mierników efektywności.

Szkolenie prowadzone jest w formie warsztatowej i umożliwia opracowanie założeń strategii marketingowej dostosowanej do specyfiki działalności przedsiębiorstwa oraz jego grupy docelowej, co pozwala na bezpośrednie wykorzystanie wypracowanych rozwiązań w praktyce zawodowej.

Moduł 1. Audyt obecnej komunikacji marketingowej przedsiębiorstwa

- analiza dotychczasowych działań marketingowych,
- ocena obecności marki w mediach społecznościowych,
- analiza strony internetowej oraz pozostałych kanałów komunikacji,
- interpretacja podstawowych wskaźników i statystyk marketingowych,
- identyfikacja mocnych stron i obszarów wymagających rozwoju.

Moduł 2. Analiza rynku i otoczenia konkurencyjnego

- identyfikacja konkurencji bezpośredniej i pośredniej,
- analiza sposobu komunikacji konkurencji,
- porównanie oferty i przewag konkurencyjnych,
- identyfikacja trendów rynkowych,
- określenie możliwości wyróżnienia marki.

Moduł 3. Definiowanie grupy docelowej i propozycji wartości

- określenie profilu idealnego klienta,
- analiza potrzeb, problemów i oczekiwań odbiorców,
- segmentacja klientów,
- opracowanie propozycji wartości marki,
- dopasowanie oferty do potrzeb grupy docelowej.

Moduł 4. Projektowanie strategii komunikacji marketingowej

- planowanie ścieżki komunikacji marki,
- dobór kanałów komunikacji,
- projektowanie spójnych komunikatów marketingowych,
- określenie głównych tematów komunikacji,
- budowanie konsekwentnego wizerunku marki.

Moduł 5. Planowanie działań marketingowych

- przygotowanie planu publikacji w mediach społecznościowych,
- omówienie działań wspierających SEO,
- planowanie rozwoju strony internetowej,
- wykorzystanie newslettera w komunikacji z klientami,
- wyznaczanie priorytetów działań marketingowych.

Moduł 6. Wyznaczanie celów i monitorowanie skuteczności działań

- określanie celów krótko- i długoterminowych,
- dobór mierników skuteczności działań marketingowych,
- monitorowanie realizacji celów,
- analiza rezultatów działań,
- planowanie dalszych kierunków rozwoju marketingu.

Moduł 7. Warsztat praktyczny

- przeprowadzenie audytu marketingowego przedsiębiorstwa,
- opracowanie osoby klienta i propozycji wartości,

- przygotowanie planu komunikacji marki,
- stworzenie harmonogramu działań marketingowych,
- opracowanie wskaźników oceny skuteczności,
- prezentacja opracowanych rozwiązań,
- podsumowanie szkolenia,

Walidacja (30min)

Walidacja umiejętności praktycznych odbywa się w trakcie zajęć z zastosowaniem metody Obserwacja w warunkach symulowanych prowadzoną przez walidatora usługi, nie ingerując w część edukacyjną usługi rozwojowej. Proces ten pozwala na bieżącą ocenę kompetencji uczestników nabywanych podczas szkolenia. Ostateczne potwierdzenie zdobytych kompetencji następuje po części edukacyjnej, poprzez napisanie przez uczestnika testu wiedzy, w którym uwzględniane są wyniki zarówno obserwacji praktycznej, jak i testu teoretycznego.

Szkolenie realizowane jest w formie warsztatowej, z wykorzystaniem prezentacji multimedialnych, ćwiczeń praktycznych oraz analizy przykładów. Zajęcia są indywidualne.

Uczestnicy mają zapewniony dostęp do materiałów szkoleniowych w formie prezentacji lub materiałów dydaktycznych przekazywanych w trakcie szkolenia lub po jego zakończeniu.

Szkolenie odbywa się w sali szkoleniowej wyposażonej w niezbędną infrastrukturę dydaktyczną, w szczególności:

- stanowiska dla uczestników,
- sprzęt multimedialny (projektor/monitor, komputer),
- dostęp do internetu.

Uczestnicy powinni posiadać podstawowe umiejętności obsługi komputera oraz urządzenie umożliwiające udział w ćwiczeniach praktycznych (np. laptop lub smartfon z dostępem do internetu).

Usługa realizowana jest w godzinach zegarowych. Przerwy zostały wliczone do godzin usługi rozwojowej.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 13

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 13 Moduł 1. Audyt obecnej komunikacji marketingowej przedsiębiorstwa	Zajęcia	Joanna Rudziewicz	03-08-2026	08:00	09:00	01:00
2 z 13 Moduł 2. Analiza rynku i otoczenia konkurencyjnego	Zajęcia	Joanna Rudziewicz	03-08-2026	09:00	11:00	02:00
3 z 13 -	Przerwa	-	03-08-2026	11:00	11:30	00:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
4 z 13 Moduł 3. Definiowanie grupy docelowej i propozycji wartości	Zajęcia	Joanna Rudziewicz	03-08-2026	11:30	12:30	01:00
5 z 13 Moduł 4. Projektowanie strategii komunikacji marketingowej	Zajęcia	Joanna Rudziewicz	03-08-2026	12:30	14:00	01:30
6 z 13 -	Przerwa	-	03-08-2026	14:00	14:30	00:30
7 z 13 Moduł 5. Planowanie działań marketingowych	Zajęcia	Joanna Rudziewicz	03-08-2026	14:30	16:00	01:30
8 z 13 Moduł 6. Wyznaczanie celów i monitorowanie skuteczności działań	Zajęcia	Joanna Rudziewicz	06-08-2026	08:00	11:00	03:00
9 z 13 -	Przerwa	-	06-08-2026	11:00	11:30	00:30
10 z 13 Moduł 7. Warsztat praktyczny	Zajęcia	Joanna Rudziewicz	06-08-2026	11:30	13:30	02:00
11 z 13 -	Przerwa	-	06-08-2026	13:30	14:00	00:30
12 z 13 Moduł 7. Warsztat praktyczny	Zajęcia	Joanna Rudziewicz	06-08-2026	14:00	15:30	01:30
13 z 13 -	Walidacja	-	06-08-2026	15:30	16:00	00:30

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	16:00
w tym suma godzin zajęć	13:30
w tym suma godzin walidacji	00:30
w tym suma przerw	02:00
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	18:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 000,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT	
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 000,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	312,50 PLN
Koszt osobogodziny netto	312,50 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.

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).

Informacje dodatkowe

- Dostawca Usługi oświadcza, że wyklucza się wzajemne świadczenie usług w projekcie o zbliżonej tematyce przez Dostawców Usług, którzy delegują na usługi siebie oraz swoich pracowników i korzystają z dofinansowania, a następnie świadczą usługi w zakresie tej samej tematyki dla Przedsiębiorcy, który wcześniej występował w roli Dostawcy tych usług.
- Dostawca oświadcza, że usługa nie jest świadczona przez podmiot będący jednocześnie podmiotem korzystającym z usług rozwojowych o zbliżonej tematyce w ramach danego projektu.
- Wyklucza się świadczenie usługi przez podmiot pełniący funkcję Operatora lub Partnera Operatora w danym projekcie PSF, w którymkolwiek Regionalnym Programie lub FERS, a także przez podmiot powiązany z Operatorem lub Partnerem kapitałowo lub osobowo.
- Karta usługi nie zakłada powstawania kosztów niekwalifikowalnych z punktu widzenia dofinansowania.

Adres

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

Kontakt



Marta Skraba

E-mail szkolenia@it-ec.pl

Telefon (+89) 451 055 967