



IT ENGINEERING &
CONSULTING
SPÓŁKA Z
OGRA NICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚĆ
CIĄ

★★★★★ 4,9 / 5

1 539 ocen

Marketing Implementation Master – Kanały Realizacji i Operacjonalizacja Strategii Marketingowej – szkolenie indywidualne

Numer usługi 2026/07/30/156609/3719856

📍 Olsztyn

🏠 Usługa szkoleniowa

📄 stacjonarna

👤 Zajęcia indywidualne

🕒 16:00 h

📅 16.09.2026 do 17.09.2026

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 osób działających w branży usług reklamowych i marketingowych, które chcą zwiększyć efektywność tworzenia treści oraz uporządkować procesy contentowe w swojej działalności.

Uczestnikami szkolenia mogą być w szczególności:

właściciele agencji reklamowych i marketingowych

specjaliści ds. content marketingu i social media

twórcy treści (copywriterzy, graficy, video makerzy)

freelancerzy działający w obszarze marketingu i reklamy

osoby odpowiedzialne za komunikację i promocję marek

Szkolenie dedykowane jest osobom, które chcą pracować bardziej efektywnie, ograniczyć chaos w działaniach marketingowych oraz tworzyć wartościowy content przy jednoczesnym optymalnym wykorzystaniu czasu, narzędzi i zasobów.

Minimalna liczba uczestników

1

Maksymalna liczba uczestników

1

Data zakończenia rekrutacji

15-09-2026

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Cel

Cel edukacyjny

Celem szkolenia jest przygotowanie uczestników do samodzielnego projektowania i wdrażania operacyjnych działań wynikających ze strategii marketingowej poprzez dobór właściwych kanałów komunikacji, planowanie struktury strony internetowej wspierającej konwersję, wykorzystanie narzędzi SEO i systemów zarządzania treścią, opracowanie harmonogramu wdrożenia strategii, monitorowanie realizacji działań oraz tworzenie planu rozwoju marki w perspektywie długoterminowej.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
wyjaśnia zasady projektowania wielokanałowej strategii komunikacji oraz uzasadnia dobór kanałów marketingowych wspierających realizację celów biznesowych organizacji.	charakteryzuje rolę poszczególnych kanałów komunikacji w strategii marketingowej,	Test teoretyczny
	wyjaśnia zależności pomiędzy kanałami marketingowymi a ścieżką zakupową klienta,	Test teoretyczny
	identyfikuje czynniki wpływające na skuteczność komunikacji wielokanałowej,	Test teoretyczny
	uzasadnia dobór kanałów do określonych celów marketingowych,	Test teoretyczny
projektuje system kanałów komunikacji zapewniający spójną realizację strategii marketingowej oraz efektywne prowadzenie klienta przez proces zakupowy.	wskazuje ryzyka wynikające z niespójności komunikacji.	Test teoretyczny
	analizuje grupę docelową,	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	projektuje mapę kanałów komunikacji,	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	opracowuje ścieżkę klienta pomiędzy kanałami,	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	dobiera kanały do etapów lejka marketingowego,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	uzasadnia przyjęte rozwiązania.	Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
wyjaśnia zasady projektowania strony internetowej wspierającej realizację strategii marketingowej oraz proces pozyskiwania klientów.	charakteryzuje elementy strony wpływające na konwersję,	Test teoretyczny
	wyjaśnia znaczenie architektury informacji i doświadczeń użytkownika,	Test teoretyczny
	omawia rolę SEO w budowaniu widoczności marki,	Test teoretyczny
	opisuje możliwości wykorzystania systemu Elementor,	Test teoretyczny
	wyjaśnia znaczenie analizy słów kluczowych.	Test teoretyczny
projektuje strukturę strony internetowej wspierającą realizację celów marketingowych oraz integruje ją z pozostałymi kanałami komunikacji.	opracowuje architekturę informacji,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	planuje elementy zwiększające konwersję,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	projektuje integrację strony z mediami społecznościowymi,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	przygotowuje podstawowe założenia SEO,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	rekomenduje rozwiązania zwiększające efektywność strony.	Obserwacja w warunkach symulowanych
wyjaśnia zasady monitorowania realizacji strategii marketingowej oraz planowania długoterminowego rozwoju marki w oparciu o analizę wyników.	charakteryzuje metody monitorowania realizacji strategii,	Test teoretyczny
	wyjaśnia proces aktualizacji działań marketingowych,	Test teoretyczny
	opisuje zasady planowania rozwoju marki,	Test teoretyczny
	identyfikuje wskaźniki wspierające ocenę skuteczności działań,	Test teoretyczny
	omawia znaczenie ciągłej optymalizacji strategii.	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
projektuje system monitorowania realizacji strategii marketingowej, opracowuje plan jej aktualizacji oraz przygotowuje roczny plan rozwoju marki dostosowany do celów przedsiębiorstwa.	analizuje efektywność działań marketingowych,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	projektuje system monitorowania strategii,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	opracowuje procedurę aktualizacji działań,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	przygotowuje plan rozwoju marki na okres 12 miesięcy,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	formułuje rekomendacje strategiczne.	Obserwacja w warunkach symulowanych
buduje relacje wewnętrzne i zewnętrzne	wykorzystuje wyniki analiz do podejmowania decyzji,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	inicjuje działania usprawniające strategię,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	wykazuje gotowość do ciągłego doskonalenia procesów marketingowych,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	bierze odpowiedzialność za jakość rekomendacji i planów rozwojowych.	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?

Program

Szkolenie „**Marketing Implementation Master – Kanały Realizacji i Operacjonalizacja Strategii Marketingowej**” zostało opracowane z myślą o osobach odpowiedzialnych za wdrażanie strategii marketingowych oraz zarządzanie komunikacją marki w środowisku cyfrowym. Program koncentruje się na praktycznym przełożeniu założeń strategicznych na konkretne działania operacyjne, które wspierają realizację celów biznesowych przedsiębiorstwa.

Podczas szkolenia uczestnicy poznają metody projektowania spójnego ekosystemu kanałów marketingowych, obejmującego media społecznościowe, stronę internetową oraz działania z zakresu SEO. Nauczą się planować architekturę informacji strony internetowej zorientowaną na konwersję, integrować kanały komunikacji oraz wykorzystywać narzędzia wspierające wdrożenie strategii, w tym Elementor oraz rozwiązania do analizy słów kluczowych.

Istotnym elementem programu jest operacjonalizacja strategii marketingowej poprzez tworzenie harmonogramów wdrożeniowych, określanie priorytetów działań, monitorowanie postępów oraz opracowywanie mechanizmów aktualizacji strategii w odpowiedzi na zmieniające się warunki rynkowe. Szkolenie ma charakter warsztatowy – uczestnicy pracują na rzeczywistych przykładach, projektując plan wdrożenia strategii marketingowej oraz przygotowując roczny plan rozwoju marki, który może zostać wykorzystany w praktyce zawodowej.

Moduł 1. Projektowanie Kanałów Realizacji Strategii Marketingowej

Część teoretyczna

- rola kanałów komunikacji w realizacji strategii marketingowej,
- dobór kanałów marketingowych do celów biznesowych i grup docelowych,
- znaczenie mediów społecznościowych w budowaniu rozpoznawalności marki i generowaniu konwersji,
- projektowanie ścieżki klienta pomiędzy kanałami online,
- budowanie spójnej komunikacji wielokanałowej (Omnichannel),
- najczęściej popełniane błędy podczas planowania kanałów marketingowych.

Część praktyczna

- analiza wykorzystywanych kanałów komunikacji,
- projektowanie mapy kanałów marketingowych,
- opracowanie ścieżki klienta,
- dobór kanałów do poszczególnych etapów lejka marketingowego,
- analiza przygotowanych projektów.

Moduł 2. Strona Internetowa jako Narzędzie Realizacji Strategii Marketingowej

Część teoretyczna

- projektowanie struktury strony internetowej wspierającej konwersję,
- architektura informacji oraz User Experience (UX),
- integracja strony internetowej z mediami społecznościowymi,
- wykorzystanie Elementor do wdrażania zmian na stronie,
- podstawy SEO wspierające widoczność marki,
- analiza słów kluczowych z wykorzystaniem profesjonalnych narzędzi.

Część praktyczna

- analiza struktury przykładowych stron internetowych,
- projektowanie architektury informacji,
- planowanie elementów zwiększających konwersję,
- opracowanie podstawowej struktury SEO,
- przygotowanie rekomendacji wdrożeniowych.

Moduł 3. Operacjonalizacja Strategii Marketingowej i Zarządzanie Wdrożeniem

Część teoretyczna

- przełożenie strategii marketingowej na plan operacyjny,
- tworzenie harmonogramów wdrożenia,
- określanie priorytetów działań marketingowych,
- zarządzanie zasobami i odpowiedzialnością za realizację strategii,
- identyfikacja ryzyk wdrożeniowych,
- metody monitorowania realizacji działań.

Część praktyczna

- opracowanie harmonogramu wdrożenia strategii,
- określenie priorytetów działań,
- przygotowanie planu realizacji,
- analiza ryzyk,
- prezentacja przygotowanych projektów.

Moduł 4. Monitoring, Aktualizacja Strategii i Plan Rozwoju Marki

Część teoretyczna

- system monitorowania realizacji strategii marketingowej,
- analiza efektywności wdrożonych działań,
- metody aktualizacji strategii w odpowiedzi na zmiany rynkowe,
- planowanie długoterminowego rozwoju marki,
- budowanie rocznego planu marketingowego,
- proces ciągłego doskonalenia strategii.

Część praktyczna

- opracowanie systemu monitorowania strategii,
- przygotowanie planu aktualizacji działań,
- stworzenie planu rozwoju marki na okres 12 miesięcy,
- opracowanie rekomendacji strategicznych,
- prezentacja kompleksowego planu wdrożenia i rozwoju marki.

Walidacja (15min)

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: 7

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 7 Moduł 1. Projektowanie Kanałów Realizacji Strategii Marketingowej	Zajęcia	Joanna Rudziewicz	16-09-2026	08:00	11:00	03:00
2 z 7 -	Przerwa	-	16-09-2026	11:00	12:00	01:00
3 z 7 Moduł 2. Strona Internetowa jako Narzędzie Realizacji Strategii Marketingowej	Zajęcia	Joanna Rudziewicz	16-09-2026	12:00	16:00	04:00
4 z 7 Moduł 3. Operacjonalizacja Strategii Marketingowej i Zarządzanie Wdrożeniem	Zajęcia	Joanna Rudziewicz	17-09-2026	08:00	12:00	04:00
5 z 7 -	Przerwa	-	17-09-2026	12:00	13:00	01:00
6 z 7 Moduł 4. Monitoring, Aktualizacja Strategii i Plan Rozwoju Marki	Zajęcia	Joanna Rudziewicz	17-09-2026	13:00	15:45	02:45
7 z 7 -	Walidacja	-	17-09-2026	15:45	16:00	00:15

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	16:00
w tym suma godzin zajęć	13:45

Rodzaj godzin	Liczba godzin
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	5 000,00 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.

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).

Adres

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

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Wi-fi

Kontakt



Marta Skraba

E-mail szkolenia@it-ec.pl

Telefon (+89) 451 055 967