



IT ENGINEERING &
CONSULTING
SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚĆ
CIĄ

★★★★★ 4,9 / 5

1 543 oceny

Brand Growth Master – Zarządzanie Rozwojem Marki i Planowanie Działów Marketingowych w Przedsiębiorstwie – szkolenie indywidualne

Numer usługi 2026/07/30/156609/3720007

📍 Olsztyn

🏠 Usługa szkoleniowa

📄 stacjonarna

👤 Zajęcia indywidualne

🕒 16:00 h

📅 18.12.2026 do 19.12.2026

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 firm, przedsiębiorców, specjalistów ds. marketingu, koordynatorów działań marketingowych, pracowników działów marketingu i komunikacji, osób prowadzących jednoosobową działalność gospodarczą, freelancerów oraz wszystkich osób odpowiedzialnych za planowanie, organizację i realizację projektów marketingowych w przedsiębiorstwach.

Szkolenie przeznaczone jest dla osób, które chcą rozwinąć kompetencje w zakresie zarządzania projektami marketingowymi, efektywnego planowania działań, organizacji harmonogramów, współpracy z podwykonawcami oraz monitorowania realizacji projektów w sposób zapewniający terminowe osiągnięcie założonych celów marketingowych i biznesowych.

Minimalna liczba uczestników

1

Maksymalna liczba uczestników

1

Data zakończenia rekrutacji

17-12-2026

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

Celem szkolenia jest przygotowanie uczestników do samodzielnego planowania, organizowania, koordynowania, monitorowania oraz zamykania projektów marketingowych poprzez wykorzystanie metod zarządzania projektami, planowania harmonogramów, budżetów i zasobów, zarządzania ryzykiem oraz kontroli jakości realizowanych działań marketingowych. Uczestnicy zdobędą praktyczne umiejętności w zakresie skutecznej organizacji projektów marketingowych, monitorowania postępów prac oraz oceny efektywności.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
posługuje się wiedzą na temat projektu marketingowego zgodnie z założonymi celami, zakresem oraz harmonogramem realizacji.	charakteryzuje etapy realizacji projektu marketingowego,	Test teoretyczny
	wyjaśnia zasady definiowania celu, zakresu oraz rezultatów projektu,	Test teoretyczny
	omawia metody planowania harmonogramu, budżetu i zasobów projektu,	Test teoretyczny
	opisuje znaczenie dokumentacji projektowej w procesie realizacji działań marketingowych,	Test teoretyczny
	wskazuje czynniki wpływające na prawidłowe przygotowanie projektu marketingowego.	Test teoretyczny
Planuje projekt marketingowy zgodnie z założonymi celami, zakresem oraz harmonogramem realizacji.	definiuje cele i zakres projektu marketingowego,	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	opracowuje harmonogram realizacji działań,	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	planuje budżet oraz niezbędne zasoby,	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	przygotowuje dokumentację projektową,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	określa etapy realizacji projektu oraz kamienie milowe.	Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Organizuje i koordynuje realizację projektu marketingowego oraz monitoruje przebieg wykonywanych działań.	charakteryzuje zasady organizacji realizacji projektu marketingowego,	Test teoretyczny
	wyjaśnia metody monitorowania postępu prac,	Test teoretyczny
	opisuje sposoby zarządzania zmianami podczas realizacji projektu,	Test teoretyczny
	wskazuje narzędzia wspierające organizację i koordynację działań marketingowych.	Test teoretyczny
	dokumentuje przebieg realizacji projektu,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	reaguje na zmiany wpływające na realizację projektu.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Analizuje przebieg projektu marketingowego, ocenia jego efektywność oraz przygotowuje dokumentację końcową i rekomendacje rozwojowe.	charakteryzuje metody monitorowania jakości i efektywności projektu,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	wyjaśnia zasady identyfikacji ryzyk projektowych,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	wskazuje metody formułowania rekomendacji usprawniających realizację kolejnych projektów.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	analizuje realizację projektu pod względem harmonogramu, budżetu i osiągniętych rezultatów,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	identyfikuje ryzyka oraz proponuje działania korygujące,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	przygotowuje raport końcowy z realizacji projektu,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	opracowuje rekomendacje dotyczące usprawnienia przyszłych projektów marketingowych.	Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
buduje relacje wewnętrzne i zewnętrzne	planuje działania w sposób uporządkowany i odpowiedzialny,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	uwzględnia potrzeby organizacji podczas planowania projektu,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	wykazuje gotowość do doskonalenia metod planowania projektów.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	wykazuje elastyczność podczas rozwiązywania problemów projektowych.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	wykazuje gotowość do ciągłego doskonalenia kompetencji w zakresie zarządzania projektami marketingowymi.	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 „**Marketing Project Management Master – Zarządzanie Projektami Marketingowymi i Koordynacja Działań Marketingowych**” to praktyczny program rozwojowy przygotowujący uczestników do skutecznego planowania, organizowania i nadzorowania projektów marketingowych realizowanych w przedsiębiorstwach. Program koncentruje się na rozwijaniu kompetencji związanych z zarządzaniem procesem realizacji działań marketingowych – od etapu planowania projektu, poprzez jego bieżącą koordynację i monitorowanie, aż do zakończenia projektu i oceny jego rezultatów.

Podczas szkolenia uczestnicy poznają metody definiowania celów i zakresu projektów marketingowych, opracowywania harmonogramów, planowania budżetów oraz zarządzania zasobami niezbędnymi do realizacji działań. Nauczą się organizować przebieg projektu, koordynować współpracę z wykonawcami zewnętrznymi, monitorować postęp prac, identyfikować ryzyka oraz kontrolować jakość realizowanych działań marketingowych.

Istotnym elementem programu jest rozwijanie umiejętności analizowania realizacji projektów, oceny stopnia osiągnięcia założonych celów, przygotowywania dokumentacji projektowej oraz opracowywania rekomendacji usprawniających realizację kolejnych przedsięwzięć marketingowych. Uczestnicy poznają również narzędzia wspierające planowanie, organizację oraz monitorowanie projektów wykorzystywane w codziennej pracy specjalisty odpowiedzialnego za koordynację działań marketingowych.

Szkolenie realizowane jest w formule warsztatowej, w której dominującą część stanowią ćwiczenia praktyczne wykonywane pod nadzorem instruktora. Uczestnicy samodzielnie opracowują plan projektu marketingowego, przygotowują harmonogram realizacji działań, analizują ryzyka, monitorują przebieg projektu oraz tworzą dokumentację końcową wraz z rekomendacjami dotyczącymi dalszego doskonalenia procesów zarządzania projektami marketingowymi. Po ukończeniu szkolenia będą przygotowani do samodzielnego prowadzenia i koordynowania projektów marketingowych zgodnie z dobrymi praktykami zarządzania projektami oraz potrzebami współczesnych organizacji.

Moduł 1. Planowanie Projektów Marketingowych

Część teoretyczna

- specyfika projektów marketingowych,
- definiowanie celu i zakresu projektu,
- planowanie działań marketingowych,
- identyfikacja odbiorców i interesariuszy projektu,
- określanie etapów realizacji projektu,
- tworzenie harmonogramu działań,
- planowanie budżetu projektu,
- planowanie zasobów niezbędnych do realizacji projektu,
- przygotowanie dokumentacji projektowej.

Część praktyczna

- opracowanie karty projektu marketingowego,
- przygotowanie harmonogramu realizacji działań,
- określenie priorytetów zadań,
- planowanie budżetu projektu,
- przygotowanie planu realizacji projektu.

Moduł 2. Organizacja i Koordynacja Działów Marketingowych

Część teoretyczna

- organizacja procesu realizacji projektu,
- zarządzanie zadaniami w projekcie,
- ustalanie priorytetów działań,
- współpraca z wykonawcami zewnętrznymi i dostawcami usług,
- zarządzanie przepływem informacji,
- monitorowanie postępu realizacji projektu,
- dokumentowanie realizowanych działań,
- zarządzanie zmianami podczas realizacji projektu,
- wykorzystanie narzędzi do organizacji pracy projektowej.

Część praktyczna

- przygotowanie harmonogramu zadań,
- planowanie kolejności realizacji działań,
- opracowanie planu komunikacji z wykonawcami,

- analiza przebiegu projektu,
- przygotowanie dokumentacji realizacyjnej.

Moduł 3. Monitorowanie Projektu, Zarządzanie Ryzykiem i Kontrola Jakości

Część teoretyczna

- identyfikacja ryzyk projektowych,
- analiza wpływu ryzyk na realizację projektu,
- planowanie działań zapobiegawczych,
- monitorowanie realizacji harmonogramu,
- kontrola budżetu projektu,
- kontrola jakości materiałów marketingowych,
- monitorowanie realizacji celów projektu,
- dokumentowanie działań korygujących,
- ocena efektywności realizowanych działań.

Część praktyczna

- analiza ryzyk projektowych,
- opracowanie planu działań zapobiegawczych,
- kontrola zgodności realizacji projektu z harmonogramem,
- analiza jakości wykonanych działań,
- przygotowanie rekomendacji usprawniających realizację projektu.

Moduł 4. Zamykanie Projektu Marketingowego i Planowanie Kolejnych Działań

Część teoretyczna

- procedura zakończenia projektu,
- przygotowanie dokumentacji końcowej,
- analiza realizacji harmonogramu i budżetu,
- ocena stopnia osiągnięcia celów projektu,
- identyfikacja dobrych praktyk,
- analiza obszarów wymagających usprawnień,
- przygotowanie rekomendacji do kolejnych projektów,
- archiwizacja dokumentacji projektowej.

Część praktyczna

- przygotowanie raportu końcowego z realizacji projektu,
- analiza osiągniętych rezultatów,
- opracowanie rekomendacji dla przyszłych działań marketingowych,
- stworzenie kompletnego planu realizacji kolejnego projektu marketingowego,
- prezentacja opracowanego projektu oraz omówienie rekomendacji.

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. Planowanie Projektów Marketingowych	Zajęcia	Joanna Rudziewicz	18-12-2026	08:00	12:00	04:00
2 z 7 -	Przerwa	-	18-12-2026	12:00	13:00	01:00
3 z 7 Moduł 2. Organizacja i Koordynacja Działañ Marketingowych	Zajęcia	Joanna Rudziewicz	18-12-2026	13:00	16:00	03:00
4 z 7 Moduł 3. Monitorowanie Projektu, Zarządzanie Ryzykiem i Kontrola Jakości	Zajęcia	Joanna Rudziewicz	19-12-2026	08:00	11:30	03:30
5 z 7 -	Przerwa	-	19-12-2026	11:30	12:30	01:00
6 z 7 Moduł 4. Zamykanie Projektu Marketingowego i Planowanie Kolejnych Działañ	Zajęcia	Joanna Rudziewicz	19-12-2026	12:30	15:45	03:15
7 z 7 -	Walidacja	-	19-12-2026	15:45	16:00	00:15

Podsumowanie

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

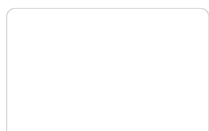
Adres

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