



Greenko Spółka z
ograniczoną
odpowiedzialnością



Usługa szkoleniowa: Marketing – strategia wprowadzania produktu na rynek

Numer usługi 2024/07/25/7362/2236405

📍 Białystok / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 28 h

📅 21.05.2025 do 26.05.2025

8 624,00 PLN brutto

8 624,00 PLN netto

308,00 PLN brutto/h

308,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Sposób dofinansowania	wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Pracodawca i pracownicy przedsiębiorstwa.
Minimalna liczba uczestników	2
Maksymalna liczba uczestników	12
Data zakończenia rekrutacji	20-05-2025
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	28
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Usługa rozwojowa przygotuje uczestnika do samodzielnego projektowania strategii marketingowych wdrożenia nowego produktu na rynek.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik zwiększy efektywność planowania marketingowego; opracowuje strategie marketingowe; analizuje trendy rynkowe i stosuje praktyki rynkowe związane z wykorzystaniem nowych produktów; podejmuje decyzje i dopasowuje działania do potrzeb rynku; Uczestnik precyzyjnie określa segmenty rynku i skuteczniej dopasowuje ofertę produktową oraz strategię marketingową do konkretnych grup docelowych. Uczestnik analizuje działania konkurencji i wyznacza unikalną wartość oferowanego produktu. Uczestnik reaguje na zmiany zachodzące na rynku i konkurowania skutecznie z innymi firmami. Skutecznie buduje relacje z klientami, partnerami biznesowymi i zespołem projektowym. Posiada umiejętność elastycznego podejmowania decyzji i skutecznie reaguje na zmieniające się potrzeby klientów i konkurencję.	Uczestnik zna nowe podejścia, techniki i narzędzia do planowania i realizacji działań marketingowych. Uczestnik wskazuje unikalne cechy oferowanego produktu. Porównuje podobne produkty na rynku.	Test teoretyczny

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji zawiera opis efektów uczenia się?

Dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji zawiera opis efektów uczenia się.

Pytanie 2. Czy dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji?

Dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji.

Pytanie 3. Czy dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

Dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji.

Program

Moduł 1: Wprowadzenie do strategii marketingowej

Moduł 2: Znaczenie strategii wprowadzania produktu na rynek

B. Analiza rynkowa

Moduł 3: Badania rynkowe jako fundament strategii

Moduł 4: Analiza konkurencji i otoczenia rynkowego

C. Określenie celów i wizji

Moduł 5: Określenie celów wprowadzenia produktu na rynek

Moduł 6: Wizja sukcesu i strategia realizacji

D. Projektowanie strategii wprowadzania produktu

Moduł 7: Wybór segmentów docelowych i pozycjonowanie produktu

Moduł 8: Opracowanie unikalnej wartości produktu

E. Planowanie strategii marketingowych

Moduł 9: Kreowanie wizerunku produktu.

Moduł 10: Wybór odpowiednich kanałów promocji

Moduł 11: Wybór odpowiednich kanałów dystrybucji

Moduł 12: Tworzenie skutecznych planów marketingowych

Moduł 13: Analiza i wybór strategii promocji produktu

Moduł 14: Budżetowanie działań marketingowych

F. Zakończenie i rekomendacje

Moduł 15: Podsumowanie i wnioski. Rekomendacje na przyszłość i dalszy rozwój strategii marketingowej.

Test wiedzy

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 17

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 17 Wprowadzenie do strategii marketingowej	Artur Wołyń	21-05-2025	09:00	11:00	02:00
2 z 17 Znaczenie strategii wprowadzania produktu na rynek	Artur Wołyń	21-05-2025	11:00	12:00	01:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
3 z 17 Badania rynkowe jako fundament strategii	Artur Wołyń	21-05-2025	12:00	13:00	01:00
4 z 17 Analiza konkurencji i otoczenia rynkowego	Artur Wołyń	21-05-2025	13:15	16:15	03:00
5 z 17 Określenie celów wprowadzenia produktu na rynek	Artur Wołyń	22-05-2025	09:00	11:30	02:30
6 z 17 Wizja sukcesu i strategia realizacji	Artur Wołyń	22-05-2025	11:30	13:00	01:30
7 z 17 Wizja sukcesu i strategia realizacji cd.	Artur Wołyń	22-05-2025	13:15	16:15	03:00
8 z 17 Wybór segmentów docelowych i pozycjonowanie produktu	Artur Wołyń	23-05-2025	09:00	13:00	04:00
9 z 17 Opracowanie unikalnej wartości produktu	Artur Wołyń	23-05-2025	13:15	14:45	01:30
10 z 17 Kreowanie wizerunku produktu	Artur Wołyń	23-05-2025	14:45	15:30	00:45
11 z 17 Wybór odpowiednich kanałów promocji	Artur Wołyń	23-05-2025	15:30	16:15	00:45
12 z 17 Wybór odpowiednich kanałów dystrybucji	Artur Wołyń	26-05-2025	09:00	09:45	00:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
13 z 17 Tworzenie skutecznych planów marketingowych	Artur Wołyń	26-05-2025	09:45	11:00	01:15
14 z 17 Analiza i wybór strategii promocji produktu	Artur Wołyń	26-05-2025	11:00	13:00	02:00
15 z 17 Budżetowanie działań marketingowych	Artur Wołyń	26-05-2025	13:15	14:15	01:00
16 z 17 Rekomendacje na przyszłość i dalszy rozwój strategii marketingowej	Artur Wołyń	26-05-2025	14:15	15:15	01:00
17 z 17 Test teoretyczny	-	26-05-2025	15:15	16:15	01:00

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	8 624,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	8 624,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	308,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	308,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1
Artur Wołyń



Obszar specjalizacji: zarządzanie innowacyjnością, organizacja i automatyzacja procesów biznesowych, sprzedaż i obsługa klienta, budowanie skutecznych zespołów, zarządzanie ryzykiem finansowym w firmach MŚP - zarządzanie płynnością finansową - wyceny przedsiębiorstw.

Doświadczenie zawodowe: 4 lata w bankowości inwestycyjnej oraz korporacyjnej jako doradca klienta korporacyjnego - 6 lat jako członek Zarządu firmy działającej w branży TSL - 2 lata w firmie konsultingowej jako konsultant ds. ryzyka walutowego - 3-letnia współpraca z firmą konsultingową jako ekspert ds. rozwoju firm z sektora MŚP; kilkadziesiąt godzin szkoleniowych w zakresie zarządzania ryzykiem walutowym - kilkaset godzin doradczych w zakresie opracowywania strategii zarządzania ryzykiem w firmach MŚP, analizy i projektowania procesów biznesowych, kontroli jakości, obsługi klienta, automatyzacji procesów w przedsiębiorstwie, nowoczesnych rozwiązań technologicznych i ich wdrażania. Wykazuje ponad 200 godzinne doświadczenie w prowadzeniu szkoleń w zakresie swojego obszaru specjalizacji oraz w przeprowadzeniu doradztw w ponad 10 przedsiębiorstwach w podobnym zakresie w okresie ostatnich 3 lat.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Prezentacje. Materiały szkoleniowe własne trenera. Druk materiałów.

Informacje dodatkowe

Usługa zwolniona jest ze stawki VAT na podstawie par. 3 ust. 1 pkt 14 Rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 20.12.2013r. w sprawie zwolnień od podatków i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień, w przypadku gdy udział w usłudze jest finansowany co najmniej w 70% ze środków publicznych.

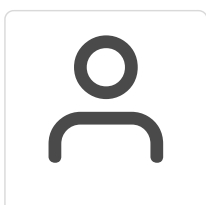
Adres

ul. Łosia 3a
15-533 Białystok
woj. podlaskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi
- Laboratorium komputerowe
- Udogodnienia dla osób ze szczególnymi potrzebami

Kontakt



Monika Perkowska

E-mail monika.perkowska@greenko.pl

Telefon (+48) 512 387 653