



Creative Brand
Mateusz Wrzesiński

★★★★★ 5,0 / 5

1 ocena

Szkolenie: Podstawy marketingu w biznesie – od klienta do planu komunikacji

Numer usługi 2025/12/16/192199/3215032

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 12 h

📅 04.03.2026 do 06.03.2026

1 500,00 PLN brutto

1 500,00 PLN netto

125,00 PLN brutto/h

125,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Szkolenie adresowane jest do osób, które **rozpoczynają swoją przygodę z marketingiem** lub chcą uporządkować podstawową wiedzę z tego obszaru.

Grupą docelową są w szczególności:

- właściciele i pracownicy mikro, małych i średnich firm, którzy samodzielnie zajmują się promocją,
- osoby odpowiedzialne w firmach za podstawowe działania marketingowe i komunikacyjne,
- początkujący specjaliści ds. marketingu,
- freelancerzy, którzy chcą pozyskać klientów i nauczyć się tworzyć plan komunikacji,
- osoby planujące rozwój zawodowy w kierunku marketingu i chcące poznać jego podstawowe narzędzia.

Minimalny poziom wejściowy: **brak konieczności wcześniejszego doświadczenia w marketingu** – wystarczy podstawowa znajomość obsługi komputera i internetu.

Minimalna liczba uczestników

1

Maksymalna liczba uczestników

15

Data zakończenia rekrutacji

03-03-2026

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

Liczba godzin usługi

12

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Certyfikat ISO 21001: 2018 Organizacje edukacyjne – „Systemy zarządzania dla organizacji edukacyjnych – wymagania ze wskazówkami

Cel

Cel edukacyjny

Uczestnik po szkoleniu potrafi samodzielnie analizować rynek i klientów, tworzyć personę, formułować cele marketingowe w modelu SMART, dobierać podstawowe strategie i narzędzia promocji online i offline oraz przygotować prosty plan komunikacji marketingowej dla swojego biznesu.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Charakteryzuje podstawowe pojęcia marketingowe oraz określa rolę marketingu w biznesie.	- definiuje pojęcie „marketing” zgodnie z teorią, - wskazuje cele marketingu i ich znaczenie dla funkcjonowania firmy, - uzasadnia wpływ działań marketingowych na rozwój przedsiębiorstwa.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Analizuje elementy marketing mix (4P) i wyjaśnia ich znaczenie dla kształtowania oferty.	- charakteryzuje cztery elementy marketing mix: produkt, cenę, dystrybucję, promocję, - rozróżnia przykłady działań w ramach poszczególnych elementów mixu, - ocenia spójność działań 4P z celami marketingowymi organizacji.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Identyfikuje potrzeby i oczekiwania klientów oraz projektuje profil idealnego odbiorcy (personę)	- rozróżnia potrzeby i oczekiwania klientów, - charakteryzuje zachowania konsumenckie wpływające na decyzje zakupowe, - opracowuje profil osoby klienta w formie ćwiczenia praktycznego.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Analizuje rynek i segmentuje odbiorców na podstawie wybranych kryteriów.	- wskazuje źródła informacji o rynku i konkurencji, - analizuje dane rynkowe w kontekście trendów i zmian otoczenia, - dokonuje segmentacji rynku i uzasadnia wybór segmentu docelowego.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Formułuje unikalną propozycję wartości (UVP) i uzasadnia jej znaczenie dla marki.	- definiuje pojęcie UVP, - analizuje przykłady skutecznych propozycji wartości, - projektuje UVP dla własnego produktu lub usługi.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Projektuje plan komunikacji marketingowej, dobierając odpowiednie narzędzia i kanały promocji.	- określa grupę docelową i cele komunikacyjne, - dobiera narzędzia promocyjne online i offline do realizacji celów,	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

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

TAK

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

TAK

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

TAK

Program

Dzień 1

1. **Wprowadzenie do marketingu** – podstawowe pojęcia, cele, rola marketingu w biznesie.
2. **Marketing mix (4P)** – produkt, cena, dystrybucja, promocja.
3. **Rola klienta w marketingu** – potrzeby i oczekiwania odbiorców.
4. **Analiza rynku** – metody badania rynku, analiza konkurencji, trendy.
5. **Segmentacja rynku** – kryteria i przykłady segmentacji.
6. **Persona klienta** – jak stworzyć profil idealnego odbiorcy (ćwiczenie praktyczne).

Dzień 2

1. **Strategie marketingowe** – inbound, outbound, content marketing.
2. **Unikalna propozycja wartości (UVP)** – jak wyróżnić markę na rynku.
3. **Cele marketingowe w modelu SMART** – formułowanie celów dla działań marketingowych.
4. **Narzędzia promocyjne online i offline** – Google Ads, Meta Ads, content marketing, social media.
5. **Plan komunikacji marketingowej** – struktura i elementy prostego planu.
6. **Ćwiczenie praktyczne: przygotowanie mini-planu komunikacji** dla wybranego produktu/usługi.

Metody pracy

Prezentacje trenerskie, omówienie przykładów, dyskusja moderowana, pytania i odpowiedzi, ćwiczenia refleksyjne indywidualne.

Liczba godzin dydaktycznych

12 godzin dydaktycznych (1 godzina dydaktyczna = 45 minut), w tym 30 min walidacja - test teoretyczny.

Walidacja

Test teoretyczny sprawdzający wiedzę z wynikiem generowanym automatycznie.

Przerwy nie wliczają się w czas szkolenia.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 11

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 11 Tematyka: Wprowadzenie do marketingu . Marketing mix (4P)	Mateusz Wrzesiński	04-03-2026	09:00	10:30	01:30
2 z 11 przerwa kawowa	Mateusz Wrzesiński	04-03-2026	10:30	10:45	00:15
3 z 11 Tematyka: Rola klienta w marketingu. Analiza rynku	Mateusz Wrzesiński	04-03-2026	10:45	12:15	01:30
4 z 11 przerwa kawowa	Mateusz Wrzesiński	04-03-2026	12:15	12:30	00:15
5 z 11 Tematyka: Segmentacja rynku. Persona klienta.	Mateusz Wrzesiński	04-03-2026	12:30	14:00	01:30
6 z 11 Tematyka: Strategie marketingowe. Unikalna propozycja wartości (UVP)	Mateusz Wrzesiński	06-03-2026	09:00	10:30	01:30
7 z 11 przerwa kawowa	Mateusz Wrzesiński	06-03-2026	10:30	10:45	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
8 z 11 Cele marketingowe w modelu SMART. Narzędzia promocyjne online i offline. Plan komunikacji marketingowej.	Mateusz Wrzesiński	06-03-2026	10:45	12:15	01:30
9 z 11 przerwa kawowa	Mateusz Wrzesiński	06-03-2026	12:15	12:30	00:15
10 z 11 ematyka: Ćwiczenie praktyczne: przygotowanie mini-planu komunikacji dla wybranego produktu/usługi.	Mateusz Wrzesiński	06-03-2026	12:30	13:30	01:00
11 z 11 walidacja- test teoretyczny	-	06-03-2026	13:30	14:00	00:30

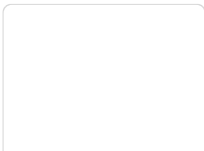
Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	1 500,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 500,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	125,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	125,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Mateusz Wrzesiński



Mateusz to ekspert z blisko 20-letnim doświadczeniem w pracy z menedżerami i zespołami, który rozumie ich codzienne wyzwania z poziomu operacyjnego, projektowego i zarządczego.

Wspierał i rozwijał liderów przeprowadzając ich przez zmiany, ewolucje zespołów czy codzienne wyzwania operacyjne.

Łączy strategiczne spojrzenie z praktycznym podejściem i narzędziami, które natychmiast przekładają się na skuteczność liderów.

Dzięki połączeniu strategicznego myślenia z praktycznym doświadczeniem

i umiejętnością tworzenia prostych, ale skutecznych narzędzi, pomaga liderom działać pewniej, efektywniej i z większą samodzielnością.

Działa konkretnie, bez zbędnej teorii –

jest doświadczonym marketingowcem, specjalistą od e-commerce oraz AI w biznesie.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

1. Wymagany poziom obecności na zajęciach min. **80% czasu szkoleniowego**.

2. Zwolnienie z VAT na podstawie § 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 (tekst jednolity Dz.U. z 2020r., poz. 1983).

Materiały szkoleniowe:

Każdy uczestnik otrzymuje po szkoleniu następujące materiały / pomoce szkoleniowe:

- a) opracowane materiały edukacyjne - skrypt szkoleniowy w wersji elektronicznej,
- b) prezentacja, która była wyświetlana podczas szkolenia
- c) pomoce dydaktyczne takie jak: literatura branżowa, raporty branżowe,

Warunki uczestnictwa

Wymagania w zakresie uczestnictwa to:

- Ukończona szkoła średnia.
- Podczas szkolenia proszę posiadać telefon komórkowy oraz komputer mobilny (laptop)
- Obsługa komputera

Warunki techniczne

- Procesor 2-rdzeniowy 2GHz lub lepszy (zalecany 4-rdzeniowy);

- 2GB pamięci RAM (zalecane 4GB)

- System operacyjny Windows 8 (zalecany Windows 10), Mac OS wersja 10.13 (zalecana najnowszą wersją)

- Przeglądarka internetowa Google Chrome (zalecana), Mozilla Firefox lub Safari (zaktualizowane do najnowszej wersji)

- Stałe łącze internetowe o prędkości 1,5 Mbps (zalecane 2,5 Mbps z obrazem w jakości HD) - kamera, mikrofon oraz głośniki lub słuchawki - wbudowane lub zewnętrzne

Szkolenie odbywa się poprzez aplikację: ClickMeeting.

Link do szkolenia zostanie przekazany uczestnikom drogą mailową najpóźniej w przeddzień rozpoczęcia szkolenia.

Dane dostępne do usługi zostaną opublikowane w karcie usługi nie później niż w przeddzień rozpoczęcia szkolenia.

Zapisując się na usługę wyrażasz zgodę na rejestrowanie swojego wizerunku w wyżej wymienionych celach.

Kontakt



PAULINA ŻUROWSKA-WRZESIŃSKA

E-mail paulina.zurowska.wrzesinska@creativebrand.pl

Telefon (+48) 506 000 945