



Fundusze Europejskie
dla Rozwoju Społecznego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Tytuł szkolenia:

Marketing i sprzedaż w gospodarce cyfrowej

Czas trwania szkolenia:

32 godziny

Cel strategiczny szkolenia:

Wyposażenie uczestników szkolenia w wiedzę i umiejętności z zakresu marketingu i sprzedaży w gospodarce cyfrowej.

Cele operacyjne szkolenia:

Uczestnicy szkolenia rozwiną umiejętności przydatne w modelowaniu procesów marketingu-mix, który dotyczy: produktu, jego ceny, sposobu dystrybucji, promocji, ale także ludzi czy procesów w organizacji. Nauczą się budować strategię marketingową w oparciu o analizę rynku, wyznaczać cele i je realizować.

Szkolenie dedykowane jest dla (opis grupy docelowej):

Szkolenie skierowane jest do menedżerów, liderów, koordynatorów zespołów, przedsiębiorców oraz osób odpowiedzialnych za marketing i/lub sprzedaż w organizacji, a także osób aspirujących do pełnienia ww. ról.

Korzyści z uczestnictwa w szkoleniu:

Uczestnicy szkolenia nabędą/rozwiną:

- Umiejętność identyfikacji podstawowych mechanizmów zarządzania strategicznego;
- Umiejętność wytyczania kierunków działania i tworzenia warunków do osiągnięcia sukcesów;
- Świadomość biznesową, w tym m.in. zdolność rozumienia kontekstu biznesowego czy umiejętność oceny szans rozwoju biznesu, która jest podstawą efektywnego zarządzania organizacją;
- Kompetencje w zakresie efektywnego zarządzania biznesem i optymalizacji wyników w realizacji celów biznesowych.

Ramowy program:

- Zarządzanie strategiczne podstawą osiągnięcia celów i osiągnięcia przewagi konkurencyjnej;
- Analiza rynku podstawą trafnych decyzji biznesowych;
- Koncepcja Marketingu Mix;



- Strategia marketingowa – idea, znaczenie i proces budowy;
- Klient – charakterystyka, tworzenie i przedstawianie wartości, komunikacja, budowanie i zarządzanie relacjami;
- Sprzedaż i jej cyfrowa transformacja;
- Sprawdzone i skuteczne narzędzia marketingu i sprzedaży.

Efekty uczenia się:

Wiedza:

- zna mechanizmy służące do analizy sytuacji wewnętrznej organizacji i tendencji rynkowe
- wskazuje kierunki działania, których celem jest osiągnięcie sukcesu przez organizację
- opracowuje plan strategiczny
- zna i śledzi rynek/ wie jak dokonać analizy rynku
- analizuje informacje, wyciąga wnioski z analiz
- monitoruje wyniki i dostosowuje strategię

Umiejętności:

- wskazuje narzędzia do weryfikacji szans i zagrożeń dla organizacji
- identyfikuje ryzyka, zagrożenia związane z konkretnymi kierunkami działania
- identyfikuje i alokuje zasoby do realizacji planu
- identyfikuje procesy biznesowe
- gromadzi informacje, aby oszacować szanse i zagrożenia rozwoju biznesu
- proponuje działania optymalizacyjne

Postawy:

- zna metody określania celów
- definiuje cele rozwojowe
- nadzoruje działania pracowników i pozyskuje od nich informacje służące do wprowadzania udoskonaleń wpływających na efektywniejszą realizację zadań
- definiuje mierniki efektywności biznesowej
- wskazuje pomysły na rozwój biznesu
- inicjuje i podtrzymuje kontakty z interesariuszami/ poszukuje nowych możliwości biznesowych

Wykaz wskaźników weryfikacji efektów uczenia się (zgodny ze wzorcem):

- zna mechanizmy służące do analizy sytuacji wewnętrznej organizacji i tendencji rynkowe,
- wskazuje narzędzia do weryfikacji szans i zagrożeń dla organizacji,
- zna metody określania celów,
- wskazuje kierunki działania, których celem jest osiągnięcie sukcesu przez organizację,
- identyfikuje ryzyka, zagrożenie związane z konkretnymi kierunkami działania,
- definiuje cele rozwojowe,



Fundusze Europejskie
dla Rozwoju Społecznego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



- opracowuje plan strategiczny,
- identyfikuje i alokuje zasoby do realizacji planu,
- nadzoruje działania pracowników i pozyskuje od nich informacje służące do wprowadzania udoskonaleń wpływających na efektywniejszą realizację zadań,
- zna i śledzi rynek/ wie jak dokonać analizy rynku,
- identyfikuje procesy biznesowe,
- definiuje mierniki efektywności biznesowej,
- analizuje informacje, wyciąga wnioski z analiz,
- gromadzi informacje, aby oszacować szanse i zagrożenia rozwoju biznesu,
- wskazuje pomysły na rozwój biznesu,
- monitoruje wyniki i dostosowuje strategię,
- proponuje działania optymalizacyjne,
- inicjuje i podtrzymuje kontakty z interesariuszami/ poszukuje nowych możliwości biznesowych.

Metod pracy z grupą:

- Mini wykład
- Dyskusja moderowana
- Dyskusja grupowa
- Prezentacje uczestników
- Praca indywidualna.