



FUNDACJA
INSTYTUT PROJEKT
PRZEDSIĘBIORCZO
ŚĆ



Analiza trendów w meblarstwie: wykorzystanie PR

Numer usługi 2024/04/08/132349/2116511

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 32 h

📅 29.05.2024 do 04.06.2024

6 297,60 PLN brutto

5 120,00 PLN netto

196,80 PLN brutto/h

160,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / PR
Sposób dofinansowania	wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Grupa docelowa obejmuje szeroki zakres profesjonalistów z branży meblarskiej oraz osób związanych z marketingiem i komunikacją, którzy chcą pogłębić swoją wiedzę i umiejętności w zakresie identyfikacji trendów i wykorzystywania ich w działaniach Public Relations. Szczegółowy profil uczestników to specjaliści PR i komunikacji, projektanci i producenci mebli, właściciele i menedżerowie firm meblarskich, specjaliści marketingu, analitycy trendów, którzy chcą zdobyć praktyczne umiejętności i wiedzę, pozwalającą na efektywne wejście na rynek pracy w branży meblarskiej.
Minimalna liczba uczestników	5
Maksymalna liczba uczestników	20
Data zakończenia rekrutacji	28-05-2024
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	32
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

Szkolenie prowadzi do wyposażenia uczestników w kompleksową wiedzę i umiejętności potrzebne do skutecznego wykorzystania aktualnych trendów w branży meblarskiej w strategiach Public Relations oraz zrozumienia znaczenia i wpływu trendów na branżę meblarską

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik rozumie rolę trendów w branży meblarskiej	Uczestnik identyfikuje i charakteryzuje wpływ trendów na preferencje konsumentów i rynek mebli	Test teoretyczny
	Uczestnik identyfikuje i charakteryzuje metody i narzędzia do identyfikacji trendów	Test teoretyczny
Uczestnik potrafi identyfikować i analizować trendy	Uczestnik identyfikuje i charakteryzuje narzędzia i metody do identyfikacji i analizy aktualnych trendów w branży	Test teoretyczny
Uczestnik wykorzystuje trendy do kształtowania strategii PR	Uczestnik identyfikuje i charakteryzuje trendy do tworzenia skutecznych strategii PR i kampanii komunikacyjnych	Test teoretyczny
Uczestnik tworzy efektywne kampanie PR	Uczestnik identyfikuje i charakteryzuje techniki i metody planowania i realizowania kampanii PR wykorzystując analizę trendów do promocji produktów	Test teoretyczny
Uczestnik wykorzystuje cyfrowe narzędzia PR	Uczestnik identyfikuje i charakteryzuje narzędzia cyfrowe i media społecznościowe do promowania marki i angażowania odbiorców	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik mierzy efektywność działań PR	Uczestnik identyfikuje i charakteryzuje narzędzia i metody do mierzenia i analizy skuteczności działań PR	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

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

Tak, 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?

Tak, 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?

Tak, dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji.

Program

1. Wprowadzenie do analizy trendów i PR w meblarstwie

- **Podstawy analizy trendów**
 - Znaczenie trendów w branży meblarskiej.
 - Metody i narzędzia do identyfikacji trendów.
- **Rola PR w branży meblarskiej**
 - Wprowadzenie do PR: definicja, cele, narzędzia.
 - Znaczenie PR w budowaniu marki i wizerunku firmy.
- **Studia przypadków**
 - Analiza udanych kampanii PR w branży meblarskiej.
- **Warsztaty: Identyfikacja trendów**
 - Ćwiczenia praktyczne w grupach: poszukiwanie aktualnych trendów wykorzystując dostępne narzędzia i źródła.

2. Strategie PR i storytelling w meblarstwie

- **Strategie komunikacji w PR**
 - Planowanie i realizacja strategii komunikacji PR.
 - Dostosowanie komunikacji do różnych grup docelowych.
- **Storytelling i content marketing**
 - Tworzenie przekonujących historii marki i produktów.
 - Wykorzystanie content marketingu w branży meblarskiej.
- **Warsztaty: Kreowanie historii marki**
 - Praca w grupach nad stworzeniem angażującej historii dla wybranego produktu meblarskiego.
- **Media relations i współpraca z influencerami**
 - Budowanie relacji z mediami i influencerami w branży meblarskiej.
 - Przykłady udanej współpracy i jej wpływ na markę.

3. Cyfrowe narzędzia PR i analiza efektywności

- **Cyfrowe narzędzia PR**
 - Przegląd narzędzi online wspierających działania PR.
 - Social media jako narzędzie PR w branży meblarskiej.
- **SEO i content marketing**
 - Podstawy SEO dla PR: jak optymalizować treści.
 - Content marketing w kontekście SEO.
- **Warsztaty: Planowanie kampanii PR online**

- Praktyczne ćwiczenia w planowaniu kampanii PR z wykorzystaniem narzędzi cyfrowych.
- **Mierzenie efektywności działań PR**
 - Narzędzia i metodyki pomiaru skuteczności działań PR.
 - Analiza przypadków: co działa, a co nie w kampaniach PR.

4. Praktyczne zastosowanie analizy trendów i PR

- **Integracja analizy trendów z działaniami PR**
 - Jak wykorzystać analizę trendów do tworzenia strategii PR.
 - Adaptowanie trendów do przekazu marki.
- **Warsztaty: Opracowanie kampanii PR**
 - Praca w grupach nad kompleksowym planem kampanii PR, od analizy trendów po realizację i pomiar efektywności.
- **Prezentacje grupowe i feedback**
 - Prezentacje opracowanych kampanii PR.
 - Feedback od prowadzących i pozostałych uczestników

Test

Usługa jest realizowana w godzinach zegarowych.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 16

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 16 1. Podstawy analizy trendów	Michał Mijalski	29-05-2024	09:00	11:00	02:00
2 z 16 2.Rola PR w branży meblarskiej	Michał Mijalski	29-05-2024	11:00	13:00	02:00
3 z 16 3.Studia przypadków	Michał Mijalski	29-05-2024	13:00	15:00	02:00
4 z 16 4. Warsztaty: Identyfikacja trendów	Michał Mijalski	29-05-2024	15:00	17:00	02:00
5 z 16 8. Media relations i współpraca z influencerami	Michał Mijalski	30-05-2024	08:00	09:00	01:00
6 z 16 5. Strategie komunikacji w PR	Michał Mijalski	30-05-2024	09:00	11:00	02:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
7 z 16 6. Storytelling i content marketing	Michał Mijalski	30-05-2024	11:00	13:00	02:00
8 z 16 7. Warsztaty: Kreowanie historii marki	Michał Mijalski	30-05-2024	13:00	15:00	02:00
9 z 16 9. Cyfrowe narzędzia PR	Michał Mijalski	31-05-2024	09:00	11:00	02:00
10 z 16 10. SEO i content marketing	Michał Mijalski	31-05-2024	11:00	13:00	02:00
11 z 16 11. Warsztaty: Planowanie kampanii PR online	Michał Mijalski	31-05-2024	13:00	15:00	02:00
12 z 16 12. Mierzenie efektywności działań PR	Michał Mijalski	03-06-2024	09:00	11:00	02:00
13 z 16 13. Integracja analizy trendów z działaniami PR	Michał Mijalski	03-06-2024	11:00	15:30	04:30
14 z 16 14. Warsztaty: Opracowanie kampanii PR	Michał Mijalski	04-06-2024	10:00	12:00	02:00
15 z 16 15. Prezentacje grupowe i feedback	Michał Mijalski	04-06-2024	12:00	14:00	02:00
16 z 16 Test + ćwiczenie	-	04-06-2024	14:00	14:30	00:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	6 297,60 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 120,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	196,80 PLN
Koszt osobogodziny netto	160,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Michał Mijalski

"Absolwent dziennikarstwa na Uniwersytecie Warszawskim oraz Uniwersytecie im. Adama Mickiewicza w Poznaniu.

Dziennikarz z wieloletnim stażem. Obecnie pracuje jako wydawca w Grupie ZPR Media przy współtworzeniu portalu eska.pl. Wcześniej Telewizja WTK. Od 2019 wykładowca z zakresu kompetencji miękkich marketingu, PR, marketingu sportowego, negocjacji oraz w trakcie przygotowywania rozprawy doktorskiej na Wydziale Nauk Politycznych i Dziennikarstwa UAM."

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Niezbędne materiały zostaną udostępnione uczestnikom szkolenia

Informacje dodatkowe

Harmonogram może ulec zmianie.

Warunki techniczne

1. Komputer lub urządzenie mobilne – w przypadku urządzenia mobilnego można pobrać odpowiednią aplikację „Google Meet” ze sklepu Google Play lub AppStore.
2. Szerokopasmowe połączenie z internetem.
3. Wymagania sprzętowe - procesor dwurdzeniowy 2GHz lub lepszy (zalecany czterordzeniowy), 2GB pamięci RAM (zalecane 4GB lub więcej).
4. Mikrofon zewnętrzny lub mikrofon wbudowany w urządzeniu oraz głośniki zewnętrzne lub wbudowane w urządzeniu.

5. Google Meet działa w aktualnej wersji oraz dwóch wcześniejszych głównych wersjach tych systemów operacyjnych:

- Apple macOS,
- Microsoft Windows,
- Chrome OS,
- Ubuntu i inne dystrybucje Linuksa oparte na Debianie.

Kontakt



Weronika Urbaniak

E-mail weronika.urbaniak@fipp.com.pl

Telefon (+48) 793 087 684