



Lenart Interactive
Sylwia Dębowska-
Lenart



Tworzenie wyjątkowego wyróżnika marki

Numer usługi 2024/04/26/36117/2136729

📍 Olsztyn / stacjonarna
🏠 Usługa szkoleniowa
🕒 16 h
📅 27.05.2024 do 28.05.2024

3 321,00 PLN brutto
2 700,00 PLN netto
207,56 PLN brutto/h
168,75 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Zarządzanie przedsiębiorstwem
Sposób dofinansowania	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Szkolenie skierowane jest do - Specjalistów ds. marketingu, którzy chcą pogłębić swoją wiedzę na temat tworzenia wyróżników marki i ich roli w budowaniu marki, - Menadżerów marek, którzy chcą poznać najlepsze praktyki w definiowaniu i komunikowaniu wyróżników marki, aby zwiększyć ich rozpoznawalność i wartość rynkową, - Specjalistów ds. branding, którzy chcą poszerzyć swoją wiedzę na temat strategii tworzenia wyróżników marki i ich integracji z identyfikacją wizualną i komunikacją marki, - Przedsiębiorców, którzy chcą lepiej zrozumieć, jak stworzyć unikalną ofertę i wyróżnik marki, aby skutecznie konkurować na rynku i przyciągać klientów, - Konsultantów marketingowych, którzy chcą poszerzyć swoje umiejętności w obszarze tworzenia wyróżników marki, aby oferować bardziej kompleksowe i wartościowe usługi swoim klientom.
Minimalna liczba uczestników	1
Maksymalna liczba uczestników	16
Data zakończenia rekrutacji	26-04-2024
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	16

Cel

Cel edukacyjny

Celem szkolenia jest przekazanie wiedzy na temat tworzenia wyróżnika marki, oraz wyposażenie uczestników w praktyczne umiejętności i narzędzia, które pozwolą im skutecznie zarządzać wyróżnikiem marki w praktyce biznesowej. Uczestnicy poznają znaczenie wyróżnika marki jako kluczowego elementu strategii marketingowej, poznają podstawowe metody i techniki analizy rynku i konkurencji, a także poznają metody i narzędzia badania potrzeb klientów.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Posługuje się wiedzą dotyczącą tworzenia wyróżnika marki	– Analizuje potrzeby klientów, – Wykorzystuje narzędzia do badania potrzeb klientów, – Wymienia strategię kreowania wartości marki, – Charakteryzuje trendy w tworzeniu wyróżnika marki, – Wymienia zasadach tworzenia wyróżnika marki, – Wymienia i charakteryzuje podstawowe narzędzia wykorzystywane w tworzeniu wyróżnika marki	Test teoretyczny
Charakteryzuje zielone innowacje i potrafi je wykorzystać w tworzeniu wyróżnika marki	– Analizuje zielone innowacje – Opisuje zielone innowacje w kontekście wyróżnika marki	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Przygotowuje i przeprowadza proces tworzenia wyróżnika marki	Przygotowuje proces tworzenia wyróżnika marki, – Przygotowuje i analizuje ekosystem firmy, – Przygotowuje analizę konkurencji, analizę kontekstu, – Definiuje cele i przygotowuje propozycje wartości, – Tworzy personę, – Tworzy wartość dla firmy z wykorzystaniem narzędzi wykorzystywanych w procesie projektowym.	Prezentacja

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 kompetencję 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, walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria 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 walidacji.

Program

Szkolenie będzie realizowane metodami interaktywnymi i aktywizującymi, umożliwiającymi uczenie się w oparciu o doświadczenie i pozwalające uczestnikowi na ćwiczenie umiejętności.

Usługa realizowana jest w godzinach dydaktycznych (1 h = 45 minut)

Dzień 1

Wprowadzenie

Moduł 1. Wprowadzenie do koncepcji tworzenia wyróżnika marki – część teoretyczna

Moduł 2. Analiza mocnych i słabych stron marki.

Moduł 3. Tworzenie mapy ekosystemu firmy – jakie wartości są istotne dla marki?

Moduł 4. Analiza otoczenia – dlaczego analiza konkurencji, analiza trendów i mapa kontekstu są istotne w kreowaniu wyróżnika marki?

Dzień 2

Wprowadzenie – podsumowanie wniosków z dnia poprzedniego

Moduł 5. Poszukiwanie propozycji wartości – do czego służy kanwa wartości

Moduł 6. Tożsamość marki – tworzenie wyróżnika wartości (z uwzględnieniem wartości biocentrycznych)

Moduł 7. Wartość marki na tle konkurencji – do czego służy krzywa wartości?

Moduł 8. Miejsce wyróżnika marki w modelu biznesowym firmy, z uwzględnieniem zielonych innowacji

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 15 Moduł 1. Wprowadzenie do koncepcji tworzenia wyróżnika marki – część teoretyczna	Piotr Wasyluk	27-05-2024	09:15	10:45	01:30
2 z 15 przerwa	Piotr Wasyluk	27-05-2024	10:45	11:00	00:15
3 z 15 Moduł 2. Analiza mocnych i słabych stron marki	Piotr Wasyluk	27-05-2024	11:00	12:00	01:00
4 z 15 Moduł 3. Tworzenie mapy ekosystemu f irmy – jakie wartości są istotne dla marki?	Piotr Wasyluk	27-05-2024	12:00	14:00	02:00
5 z 15 przerwa	Piotr Wasyluk	27-05-2024	14:00	14:15	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
6 z 15 Moduł 4. Analiza otoczenia dla czego analiza konkurencji, analiza trendów i mapa kontekstu są istotne w kreowaniu wyróżnika marki?	Piotr Wasyluk	27-05-2024	14:15	16:00	01:45
7 z 15 Wprowadzenie podsumowanie wniosków z dnia poprzedniego	Piotr Wasyluk	28-05-2024	09:00	09:20	00:20
8 z 15 Moduł 5. Poszukiwanie propozycji wartości – do czego służy kanwa wartości	Piotr Wasyluk	28-05-2024	09:20	09:40	00:20
9 z 15 przerwa	Piotr Wasyluk	28-05-2024	09:40	09:55	00:15
10 z 15 Moduł 6. Tożsamość marki tworzenie wyróżnika wartości	Piotr Wasyluk	28-05-2024	10:55	12:15	01:20
11 z 15 przerwa	Piotr Wasyluk	28-05-2024	12:15	12:30	00:15
12 z 15 Moduł 7. Wartość marki na tle konkurencji do czego służy krzywa wartości?	Piotr Wasyluk	28-05-2024	12:30	13:50	01:20
13 z 15 przerwa	Piotr Wasyluk	28-05-2024	13:50	14:00	00:10
14 z 15 Moduł 8. Miejsce wyróżnika marki w modelu biznesowym firmy z uwzględnieniem zielonych innowacji	Piotr Wasyluk	28-05-2024	14:00	15:20	01:20

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
15 z 15 Zakończenie - test walidacyjny	-	28-05-2024	15:20	15:40	00:20

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	3 321,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	2 700,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	207,56 PLN
Koszt osobogodziny netto	168,75 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Piotr Wasyluk

Właściciel firmy Wasyluk Projektowanie Kreatywne. Doktor nauk humanistycznych i nauczyciel akademicki z wieloletnim doświadczeniem dydaktycznym. Moderator design thinking. Jest specjalistą i praktykiem w zakresie projektowania ekosystemów usług, modeli biznesowych i nowoczesnych marek. W procesie projektowym skoncentrowany na wartościach i tworzeniu rozwiązań z wykorzystaniem trendów. Prowadzi warsztaty i doradza firmom w zakresie dostosowania produktów i usług do trendów.

Analitik trendowy, trendwatcher i projektant, który wiedzę o przyszłości wykorzystuje do tworzenia innowacyjnych rozwiązań w organizacjach. Autor kilkudziesięciu opracowań trendowych dla firm, branż i instytucji publicznych.

Współtwórca jednego w Polsce kierunku studiów Analiza i kreowanie trendów na Uniwersytecie Warmińsko-Mazurskim w Olsztynie.

Autor raportów trendowych, m. in. „Blockchain. Raport o trendach”, „Edukacja przyszłości”, „Raport rynku nieruchomości 2020-2021”, „Trendy 2021”, „FemBook 2022”. Autor analiz trendowych dla m. in. PKO S. A., Freedom Nieruchomości, Taranko Meble, ARTRO-KLINIKA BIELECKI, Motors, S-Key, Sealife, Phenomen Studio, ZETO, Krozmet, Oddział Transplantologii WSS Olsztyn, i in.

Autor wielu publikacji naukowych, m. in. „Trendy : interpretacje i konfrontacje”, „Wykorzystanie trendów w projektowaniu produktów i usług turystycznych na przykładzie Szlaku Kopernikowskiego”.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Usługa będzie realizowana w formie interaktywnej prezentacji oraz praktycznych ćwiczeń.

Informacje dodatkowe

Walidacja efektów usługi odbędzie się z wykorzystaniem testu.

Przerwy są wliczane w godziny szkolenia i mogą ulec nieznacznemu przesunięciu z uwagi na tempo pracy uczestników.

1 h = 45 minut (godzina dydaktyczna)

Adres

ul. Jana Kasprowicza 4
10-220 Olsztyn
woj. warmińsko-mazurskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Wi-fi
- Udogodnienia dla osób ze szczególnymi potrzebami

Kontakt



Sylwia Dębowska-Lenart

E-mail sylwia@lenartinteractive.pl

Telefon (+48) 519 177 410