



Załącznik nr 1 do zapytania ofertowego nr 15/POWR/ZR21/2020

## SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

### PRZYGOTOWANIE I PRZEPROWADZENIE SZKOLEŃ: „SOCIAL MEDIA”, „DIGITAL MARKETING” ORAZ „TECHNIKI SPRZEDAŻY” DLA STUDENTÓW AKADEMII WSB

#### Zadanie 1 – Przygotowanie i przeprowadzenie szkolenia dla Studentów Akademii WSB pn. „SOCIAL MEDIA”

Nazwa szkolenia/war szta tu	Zakres / program szkolenia	Efekty kształcenia	Liczba osób/ grup/ lokalizacja	Warunki udziału w postępowaniu – wymagania dla osoba skierowanej do realizacji zamówienia
<b>SOCIAL MEDIA</b>	<p><b>Założenia organizacyjne szkolenia:</b></p> <p>a) Szkolenie przeznaczone jest dla studentów Akademii WSB różnych kierunków i specjalności studiów, zainteresowanych zdobyciem wiedzy z zakresu social media.</p> <p>b) Czas trwania: 16 godzin dydaktycznych x 3 grupy</p> <p><b>Treści programowe:</b></p> <p>1. Specyfika i content w mediach społecznościowych: Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube, Twitter</p> <p>2. Strategiczne elementy pracy w przestrzeni social media.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ kluczowe pojęcia i trendy,</li> </ul>	<p><b>Po zakończonym szkoleniu</b></p> <p><b>Uczestnicy winni w szczególności:</b></p> <p>a. nabyć wiedzę z zakresu specyfiki mediów społecznościowych</p> <p>b. nabyć wiedzę o rodzajach mediów społecznościowych i sposobach ich wykorzystania</p> <p>c. poszerzyć swoją świadomość w zakresie wpływu social mediów na kreowanie treści marketingowych</p> <p>d. poszerzyć swoją świadomość w zakresie wpływu social mediów na</p>	<p><b>3 gr po ok. 12 osób</b></p> <p><b>Lokalizacja szkolenia:</b></p> <p>1. Akademia WSB w Dąbrowie Górniczej ul. Cieplaka 1c, 41-300 Dąbrowa Górnicza</p> <p>2. Akademia WSB Wydział Zamiejscowy w Cieszynie ul. Frysztacka 44 43 - 400 Cieszyn</p>	<p>a. min. wykształcenie wyższe</p> <p>b. min. 2 letnie doświadczenie jako trener</p> <p>c. min. 3 przeprowadzone szkolenia zamknięte, tzw. „szyte na miarę” z zakresu social media w okresie ostatnich 3 lat od daty terminu składania ofert, lub jeśli okres prowadzenia działalności jest krótszy, w tym okresie.</p>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ podstawy strategii i taktyki komunikacji w mediach społecznościowych.</li> </ul> <p>3. Jak wypracować spójną ideę komunikacji w wielu kanałach równocześnie- Best practices, dos and don'ts</p> <p>4. Metody komunikacji z odbiorcą</p> <p>5. Prawidłowe planowanie i realizowanie kampanii w mediach społecznościowych</p> <p>6. Tworzenie skutecznych treści marketingowych</p> <p>7. Ocena efektywności prowadzonych działań</p> <p>8. Sprawne reagowanie w sytuacjach kryzysowych</p> <p>9. Reklamy- pozyskiwanie leadów, poszukiwanie odbiorców najbardziej podobnych do konkretnej, idealnej grupy docelowej</p>	<p>kreowanie wizerunku i gustów klientów</p> <p>e. nabyć umiejętności projektowania efektywnej kampanii marketingowej z wykorzystaniem social mediów</p>	<p>3. Akademia WSB Wydział Zamiejscowy w Krakowie Budynek Technikum Komunikacyjnego nr 25, ul. Ułanów 3 31-450 Kraków</p> <p><b>Uwaga: Informacje o dokładnej liczbie grup wraz z liczbą osób oraz przydział grup do danej lokalizacji, Zamawiający przekaże wybranemu Wykonawcy po zakończonej rekrutacji uczestników na szkolenie.</b></p>	<p><u>Opis weryfikacji spełnienia powyższych warunków:</u></p> <p>a. załącznik nr 3 do zapytania</p> <p>b. kopia dyplomów,</p> <p>c. potwierdzenie realizacji 3 szkoleń zamkniętych – referencje /protokoły odbioru realizacji usługi szkoleniowej</p>
--	---	--	--	--



**Zadanie 2 Przygotowanie i przeprowadzenie szkolenia dla studentów Akademii WSB pn. „DIGITAL MARKETING”**

Nazwa szkolenia/war sztatu	Zakres / program szkolenia	Efekty kształcenia	Liczba osób/ grup/ lokalizacja	Warunki udziału w postępowaniu – wymagania dla osoba skierowanej do realizacji zamówienia
<p><b>DIGITAL MARKETING</b></p>	<p><b>Założenia organizacyjne szkolenia:</b></p> <p>a) Szkolenie przeznaczone jest dla studentów różnych kierunków i specjalności studiów, zainteresowanych zdobyciem wiedzy z zakresu digital marketingu.</p> <p>b) Czas trwania: 16 godzin dydaktycznych x 3 grupy</p> <p><b>Treści programowe:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Podstawowe koncepcje i pojęcia w digital marketingu</b></li> <li>2. <b>Przegląd kanałów i narzędzi digital</b></li> <li>3. <b>Benefity digital marketingu</b></li> <li>4. <b>Pozycjonowanie (SEO)</b></li> <li>5. <b>Pay per Click Marketing</b></li> <li>6. <b>Email Marketing</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Projektowanie kampanii</li> <li>▪ Segmentacja bazy kontaktów</li> <li>▪ Email design</li> <li>▪ Analiza odbiorców: demograficzna i behawioralna</li> <li>▪ Badanie skuteczności kampanii</li> </ul> </li> </ol>	<p><b>Po zakończonym szkoleniu</b></p> <p><b>Uczestnicy winni w szczególności:</b></p> <p>a. nabyć wiedzę na temat kanałów i czynności niezbędnych do planowania, wdrażania i zarządzania e-kampaniami marketingowymi</p> <p>b. rozumieć w jaki sposób narzędzia digital marketingu wpływają na skuteczność przekazów internetowych</p> <p>c. nabyć umiejętności tworzenia efektywnej kampanii marketingowej (dedykowanej) z wykorzystaniem poznanych technik jak analiza odbiorców czy segmentacja bazy klientów</p>	<p><b>3 gr po ok. 12 osób</b></p> <p><b>Lokalizacja szkolenia:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Akademia WSB w Dąbrowie Górniczej ul. Cieplaka 1c, 41-300 Dąbrowa Górnicza</li> <li>2. Akademia WSB Wydział Zamiejscowy w Cieszynie ul. Frysztacka 44 43 - 400 Cieszyn</li> <li>3. Akademia WSB Wydział Zamiejscowy w Krakowie Budynek Technikum Komunikacyjnego nr 25, ul. Ułanów 3 31-450 Kraków</li> </ol>	<p>a. min. wykształcenie wyższe</p> <p>b. min. 2 letnie doświadczenie jako trener.</p> <p>c. min. 3 przeprowadzone szkolenia zamknięte, tzw. „szyte na miarę” z zakresu digital marketingu w okresie ostatnich 3 lat od daty terminu składania ofert, lub jeśli okres prowadzenia działalności jest krótszy, w tym okresie.</p> <p><u>Opis weryfikacji spełnienia powyższych warunków:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. załącznik nr 3 do zapytania ofertowego</li> <li>b. kopia dyplomów,</li> <li>c. potwierdzenie realizacji 3 szkoleń zamkniętych – referencje</li> </ol>



	<p><b>7. Digital Display Advertising</b></p> <p><b>8. Mobilny marketing</b></p> <p><b>9. Analityka internetowa</b></p> <p><b>10. Social Media Marketing</b></p> <p><b>11. Planowanie kampanii digital</b></p>		<p><b>Uwaga:</b> <b>Informacje o dokładnej liczbie grup wraz z liczbą osób oraz przydział grup do danej lokalizacji,</b> <b>Zamawiający przekaze wybranemu Wykonawcy po zakończonej rekrutacji uczestników na szkolenie.</b></p>	<p>/protokoły odbioru realizacji usługi szkoleniowej.</p>
--	---	--	--	---

**Zadanie 3 – Przygotowanie i przeprowadzenie szkolenia dla studentów Akademii WSB pn. „TECHNIKI SPRZEDAŻY”**

Nazwa szkolenia/war szta tu	Zakres / program szkolenia	Efekty kształcenia	Liczba osób/ grup/ lokalizacja	Warunki udziału w postępowaniu – wymagania dla osoba skierowanej do realizacji zamówienia
<p><b>TECHNIKI SPRZEDAŻY</b></p>	<p><b>Założenia organizacyjne szkolenia:</b></p> <p>a) Szkolenie przeznaczone jest dla studentów różnych kierunków studiów zainteresowanych zdobyciem wiedzy z zakresu technik sprzedaży.</p> <p>b) Czas trwania: 16 godzin dydaktycznych x 3 grupy</p>	<p><b>Po zakończonym szkoleniu Uczestnicy winni w szczególności:</b></p> <p>a. nabyć wiedzę jakie elementy składają się na rozmowę handlową</p> <p>b. nabyć umiejętności analizowania wyników rozmowy handlowej</p> <p>c. nabyć umiejętność prowadzenia rozmowy z klientem z</p>	<p><b>3 gr po ok. 12 osób</b></p> <p><b>Lokalizacja szkolenia:</b></p> <p>1. Akademia WSB w Dąbrowie Górniczej ul. Ciepłaka 1c, 41-300 Dąbrowa Górnicza</p>	<p>a. min. wykształcenie wyższe</p> <p>b. min. 2 letnie doświadczenie jako trener.</p> <p>c. min. 3 przeprowadzone szkolenia zamknięte, tzw. „szyte na miarę” z zakresu technik sprzedaży w okresie ostatnich 3 lat od</p>



	<p><b>Treści programowe:</b></p> <p><b>1. Procesy sprzedaży, rodzaje sprzedaży, strategie sprzedaży, struktury sprzedaży</b></p> <p><b>2. Techniki sprzedaży-wybór i implementacja</b></p> <p><b>3. Prowadzenie i kontrolowanie rozmowy sprzedażowej</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Narzędzia budowania korzystnej relacji</li> <li>• Typologia klienta i dostosowanie rozmowy do klienta</li> <li>• Techniki badania oczekiwań i możliwości klienta</li> <li>• Storytelling i techniki prezentacji</li> <li>• Język korzyści i argumentacja sprzedażowa</li> </ul> <p><b>4. Psychologia sprzedaży</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nastawienie do produktu</li> <li>• Nastawienie do Klienta</li> <li>• Nastawienia do własnych umiejętności sprzedażowych</li> <li>• Wykorzystywanie zastrzeżeń do analizy potrzeb Klienta</li> <li>• Rozpoznawanie obiekcji jawnych i ukrytych</li> <li>• Radzenie sobie z nieprawdziwymi obiekcjami</li> </ul>	<p>wykorzystaniem technik sprzedaży usług i produktów</p> <p>d. poszerzyć swoją świadomość na temat wpływu technik sprzedaży na proces decyzyjny konsumenta</p> <p>e. wykazywać aktywną, prosprzedażową postawę wobec klientów w przyszłym miejscu pracy</p>	<p>2. Akademia WSB Wydział Zamiejscowy w Cieszynie ul. Frysztacka 44 43 - 400 Cieszyn</p> <p>3. Akademia WSB Wydział Zamiejscowy w Krakowie Budynek Technikum Komunikacyjnego nr 25, ul. Ułanów 3 31-450 Kraków</p> <p><b>Uwaga: Informacje o dokładnej liczbie grup wraz z liczbą osób oraz przydział grup do danej lokalizacji, Zamawiający przekaże wybranemu Wykonawcy po zakończonej rekrutacji uczestników na szkolenie.</b></p>	<p>daty terminu składania ofert, lub jeśli okres prowadzenia działalności jest krótszy, w tym okresie.</p> <p><u>Opis weryfikacji spełniania powyższych warunków:</u></p> <p>a. załącznik nr 3 do zapytania</p> <p>b. kopia dyplomów,</p> <p>c. potwierdzenie realizacji 3 szkoleń zamkniętych – referencje / protokoły odbioru realizacji usługi szkoleniowej</p>
--	--	--	--	--



	<ul style="list-style-type: none"><li>• co oprócz ceny - na czym zależy klientom najbardziej,</li><li>• zarządzanie portfelem klienta</li><li>• radzenie sobie z niechęcią do współpracy, zastrzeżeniami, trudnymi „zagrywkami”</li><li>• radzenie sobie z krytyką, presją i manipulacją</li></ul> <p><b>5. Emocje w sprzedaży</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Komunikacja werbalna i niewerbalna w budowaniu wizerunku</li><li>• Zbiór słów zakazanych</li><li>• Nawyki niewerbalne – pozytywne i negatywne</li><li>• inteligencja emocjonalna – czy można się jej nauczyć,</li><li>• emocje odpowiedzialne za sprzedaż - wykorzystuj wszystkie,</li><li>• trudny klient - jak asertywnie współpracować,</li><li>• zarządzanie konfliktem - narzędzia,</li><li>• konflikt w procesie sprzedaży – jak go wykorzystać?</li></ul>			
--	---	--	--	--