☎ 22 1189 002
✉ szkolenia@kfk.pl

AKADEMIA MARKETINGU KFK

Zarządzanie projektami marketingowymi i sprzedażowymi

2–3 grudnia 2026
2 dni (10:00–17:00) WARSZAWA **2 290 PLN netto + 23% VAT**

17–18 lutego 2027
2 dni (10:00–17:00) WARSZAWA **2 290 PLN netto + 23% VAT**

W CENIE SZKOLENIA

- certyfikat
- materiały szkoleniowe
- obiad i przerwy kawowe

RABAT TEAM

2 osoba -25% | 3 i 4 osoba -50%
Dla uczestników z tej samej firmy, zapisanych na to samo szkolenie i termin.

PAKIET 2 SZKOLEŃ

Drugie szkolenie -25%
Dla tej samej osoby, przy jednoczesnym zamówieniu dwóch różnych szkoleń.

Rabaty TEAM i Pakiet 2 szkoleń nie łączą się ze sobą.

DLA KOGO?

Szkolenie jest przeznaczone dla osób, które prowadzą lub współtworzą projekty marketingowe i sprzedażowe oraz chcą lepiej nad nimi panować - od planowania i podziału odpowiedzialności po budżet, terminy, ryzyka i ocenę wyników.

- Specjalistów prowadzących kampanie, wdrożenia i inne projekty marketingowe lub sprzedażowe
- Managerów i dyrektorów marketingu, sprzedaży, trade marketingu, obsługi klienta i rozwoju biznesu
- Product Managerów i Brand Managerów odpowiedzialnych za projekty związane z produktami i markami
- Osób koordynujących pracę kilku działów, agencji, dostawców i innych partnerów zaangażowanych w projekt
- Osób, które zarządzają projektami, choć formalnie nie pełnią funkcji Project Managera
- Osób, które chcą poznać praktyczne narzędzia PMI, PRINCE2, Agile i Scrum i wybierać z nich rozwiązania przydatne w codziennej pracy

EFEKTY SZKOLENIA

Po szkoleniu będziesz lepiej przygotowany do prowadzenia projektów marketingowych i sprzedażowych - od dobrego startu i podziału odpowiedzialności po kontrolę budżetu, terminów, ryzyk i wyników.

- Nauczysz się planować projekt, określać jego zakres, priorytety, etapy i odpowiedzialność poszczególnych osób
- Będziesz sprawniej kontrolować budżet, harmonogram, KPI i ryzyka projektu
- Poznasz praktyczne narzędzia PMI, PRINCE2, Agile i Scrum i nauczysz się wybierać te, które rzeczywiście przydadzą Ci się w konkretnym projekcie
- Przećwiczysz zarządzanie projektem marketingowo-sprzedażowym podczas strategicznej gry symulacyjnej
- Nauczysz się lepiej organizować współpracę osób i zespołów zaangażowanych w realizację projektu
- Otrzymasz narzędzia i szablony, które możesz wykorzystać w codziennej pracy projektowej

PROGRAM SZKOLENIA

Kampania reklamowa, wdrożenie produktu, rebranding, event, zmiana strony internetowej, program lojalnościowy, wejście na nowy rynek czy kampania trade marketingowa - menedżerowie marketingu i sprzedaży stale prowadzą projekty o różnej skali i stopniu złożoności. Mają termin, budżet, kilka zaangażowanych działów, agencje, dostawców, KPI i setki rzeczy, które po drodze mogą się „rozjechać".

Na szkoleniu nauczysz się lepiej planować, prowadzić i kontrolować takie projekty - od określenia celu, zakresu, budżetu i odpowiedzialności, przez harmonogram, współpracę zespołu i zarządzanie ryzykiem, aż po ocenę wyników i zamknięcie projektu. Poznasz praktyczne narzędzia wykorzystywane w klasycznych i zwinnych metodykach zarządzania projektami oraz sprawdzisz je podczas symulacji projektu marketingowo-sprzedażowego i pracy na przykładach zbliżonych do realnych sytuacji biznesowych.

1. Kick-off - jak dobrze rozpocząć projekt i określić role w zespole

- Kompetencje i role potrzebne w zespole projektowym
- Jak różne sposoby myślenia, doświadczenia i priorytety członków zespołu wpływają na realizację projektu
- Jak dopasować role i odpowiedzialność do kompetencji poszczególnych osób
- Praktyczne wykorzystanie testu ról w zespole projektowym

2. Zarządzanie projektami w marketingu i sprzedaży - co naprawdę działa?

- Najważniejsze narzędzia i techniki zarządzania projektami oraz ich zastosowanie w praktyce
- Jak ustalać priorytety i porządkować zakres projektu z wykorzystaniem techniki MoSCoW
- Które elementy zarządzania projektem są niezbędne, a które można dopasować do jego skali i charakteru
- Prawdy i mity dotyczące popularnych metodyk projektowych
- Jak zmienia się zarządzanie projektami wraz z rozwojem nowych narzędzi i AI

3. MARKET PROJECT MANAGEMENT - symulacja zarządzania projektem marketingowo-sprzedażowym

- Praca w zespołach projektowych i podział ról
- Przejście przez kolejne etapy projektu: inicjacja, planowanie, realizacja, ewaluacja i zamknięcie
- Budżetowanie, podział projektu na zadania, harmonogramowanie i rozliczanie
- Analiza KPI i kontrola realizacji celów
- Identyfikacja i szacowanie ryzyk projektowych
- Ocena efektów projektu i jego wpływu na wyniki marketingowe i sprzedażowe

4. Metodyka DATA - jak wyciągać wnioski z realizowanych projektów

- **D - deskrypcja:** opis przyjętej strategii i sposobu realizacji projektu
- **A - analiza:** ocena mocnych i słabych stron podjętych działań
- **T - transfer:** przełożenie doświadczeń z symulacji na realne projekty marketingowe i sprzedażowe
- **A - aplikacja:** wybór rozwiązań i narzędzi do zastosowania w codziennej pracy
- Kluczowe czynniki sukcesu projektu - wnioski i rekomendacje na podstawie przeprowadzonej symulacji

5. Klasyczne metodyki projektowe - PMI i PRINCE2 w projektach marketingowych i sprzedażowych

- Najważniejsze elementy PMI i PRINCE2 oraz ich praktyczne zastosowanie
- Jak wybierać narzędzia odpowiednie do konkretnego projektu zamiast stosować całą metodykę
- Struktury zadań, macierze ryzyka, harmonogramy i kamienie milowe
- Praktyczne szablony wspierające planowanie i kontrolę projektu, m.in. w Excelu i PowerPoint
- Kiedy klasyczne, kaskadowe podejście sprawdza się w projektach marketingowych i sprzedażowych
- Jak nowe technologie i AI wpływają na sposób planowania i prowadzenia projektów

6. Agile, Scrum i podejście hybrydowe - kiedy warto pracować zwinnie?

- Najważniejsze zasady zwinnego zarządzania projektami i ich zastosowanie poza branżą IT
- Prawdy i mity dotyczące Agile i Scrum

- Symulacja pracy w podejściu Scrum/Agile na konkretnym projekcie marketingowym
- Kiedy lepiej sprawdza się podejście klasyczne, kiedy zwinne, a kiedy połączenie obu metod
- Jak dopasować sposób zarządzania do rodzaju, skali i warunków realizacji projektu
- Wnioski, rekomendacje i indywidualne plany wykorzystania poznanych narzędzi w pracy uczestników

Michał Dziekoński

TRENER SZKOLENIA

Doświadczony trener, menedżer marketingu i ekspert w obszarze zarządzania produktem, Product Life Cycle oraz planowania, tworzenia planów i strategii marketingowych oraz controllingu marketingowego, z ponad 20-letnim doświadczeniem w pracy z firmami B2B w Polsce i za granicą. Przez kilkanaście lat odpowiadał za marketing i rozwój produktów w jednej z firm Grupy Siemens, pracując również przy projektach realizowanych w USA. Posiada bogate doświadczenie w tworzeniu i wdrażaniu strategii marketingowych, produktowych oraz planów rozwoju sprzedaży w organizacjach technologicznych, przemysłowych i energetycznych. Od blisko 20 lat prowadzi warsztaty i szkolenia dla menedżerów i specjalistów marketingu, sprzedaży oraz zespołów produktowych – zarówno w formule otwartej, jak i zamkniętej, także w języku angielskim. Specjalizuje się w zarządzaniu produktami B2B, planowaniu strategii marketingowych oraz controllingu marketingowym. W jego szkoleniach i warsztatach uczestniczyło ponad 6000 menedżerów i specjalistów. Szkolił zespoły inżynierskie i menedżerskie w wielu firmach B2B, m.in. HP, Olympus, Tauron, PGE, Wiśniowski, Hager. Jest autorem i współautorem książek biznesowych („Wskaźniki marketingowe”, „Jak szybko napisać profesjonalny plan marketingowy”) oraz twórcą gier symulacyjnych i narzędzi decyzyjnych wykorzystywanych w szkoleniach z zarządzania produktem i strategii. W pracy szkoleniowej stawia na intensywną formę warsztatową, symulacje decyzyjne i serious games, pracę na realnych produktach uczestników oraz gotowe narzędzia wdrożeniowe (m.in. szablony Excel, matryce decyzyjne, karty produktu).

Zobacz pełną ofertę i zapisz się → https://kfk.pl/szkolenie/event/zarzadzanie-projektami-marketingowymi

Wygenerowano: 15.11.2026