Projektowanie strategii marki

Certyfikat ukończenia kursu

6ab3c71f04378ba1190a8d52

Data wystawienia: 23-09-2026

Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR

Szymon Szmyd

Zakres kursu:

1. Metodyka analizy rynku, kategoryzacja trendów oraz audyt strategiczny konkurencji i oferty marki.
2. Diagnoza sytuacji wyjściowej marki z wykorzystaniem analizy SWOT i identyfikacji przewag rynkowych.
3. Pogłębiona analiza grupy docelowej: badania, segmentacja, targetowanie oraz wyciąganie consumer insights.
4. Architektura pozycjonowania marki oraz definicja i operacjonalizacja Brand Purpose.
5. Praktyczne wytyczne (Grand Rules) i dobre praktyki budowania długofalowej strategii marki.

Zdobyte umiejętnosci:

- Precyzyjne diagnozowanie otoczenia rynkowego oraz unikalnych punktów przewagi konkurencyjnej.
- Określanie profili i potrzeb grup docelowych oraz formułowanie trafnych insightów konsumenckich.
- Projektowanie i opisywanie spójnego pozycjonowania marki za pomocą profesjonalnych narzędzi strategicznych.
- Prawidłowe definiowanie, rozróżnianie oraz wdrożenie Brand Purpose, misji, wizji i wartości marki.
- Unikanie kluczowych błędów strategicznych i operacjonalizacja zasad budowania wyrazistej tożsamości marki.

Paweł Tyszkiewicz

Anna Mościcka

Marta Jaskulska