

Blok szkoleniowy z zakresu  
innowacji w marketingu

# Driving Innovation



questus

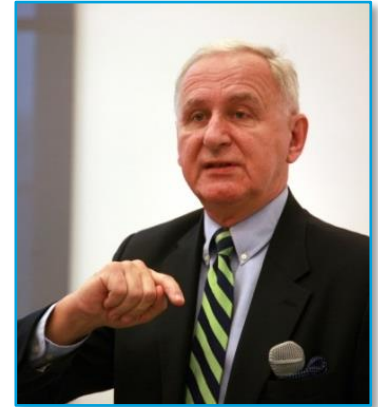
Akredytowane Centrum Szkoleniowe i Egzaminacyjne  
The Chartered Institute of Marketing 

# Idea bloku

Jeśli prawdą jest, że . . .

*„ . . . żyjemy w wieku krótkookresowych nieciągłości powodowanych przez nowe, radykalne technologie i idee.”*

**Prof. Piotr Płoszajski**



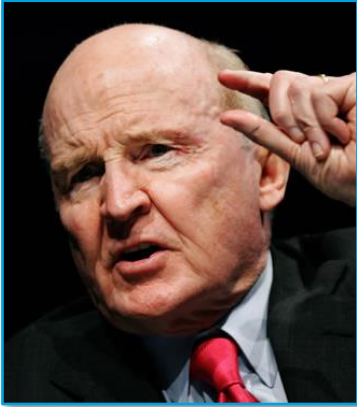
*„ . . . w ciągu ostatnich lat czas tworzenia nowych produktów skrócił się prawie o połowę, z 42 do 24 miesięcy.”*

**Prof. Robert G. Cooper**



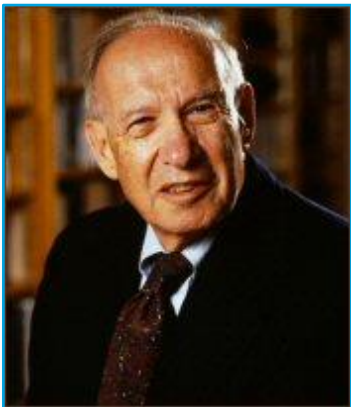
# Idea bloku

. . . to może to oznaczać, że . . .



*„ . . . gdy tempo zmian na zewnątrz firmy jest szybsze niż tempo zmian wewnątrz firmy, koniec jest bliski.”*

**Jack Welch**



*„ . . . w ciągu następnych pięciu lat będą istnieć dwa rodzaje dyrektorów - Ci, którzy myślą w skali globalnej oraz Ci, którzy są bezrobotni.”*

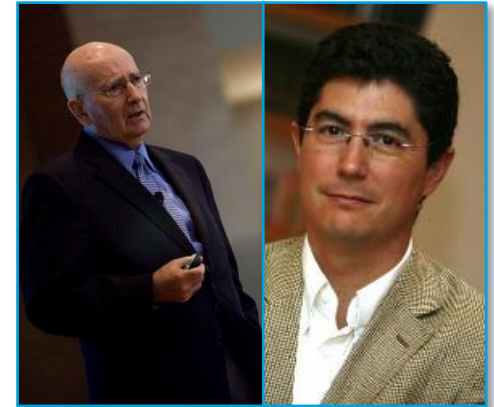
**Prof. Peter Drucker**

# Idea bloku

... dlatego ...

*„... doszliśmy do punktu zwrotnego, w którym działalność marketingowa potrzebuje nowych ram odniesienia do generowania pomysłów. Pojawiają się nowe koncepcje, będące wynikiem procesu twórczego odmiennego od procesów myślowych typowych dla segmentacji pionowej.”*

**Prof. Philip Kotler, Fernando Trias de Bes**



*„... innowacja wartości jest nowym sposobem myślenia o strategii i nowym sposobem jej realizacji, w konsekwencji czego stworzony zostaje błękitny ocean i można uciec konkurencji.”*

**Prof. W. Chan Kim, Prof. Renee Mauborgne**



# Założenia bloku

---

**Driving Innovation** to blok tematyczny programu szkoleniowo-rozwojowego, który pomaga wykształcić przedsiębiorczość w działaniu. W łatwy sposób wesprze indywidualizację pracy oraz sposób uczenia się. Wskaże metody tworzenia innowacji dzięki, którym firma zyska przewagę konkurencyjną.

Blok jest **unikalny** ze względu na:

- praktyczny wymiar zajęć,
- strukturę opartą na założeniach programu certyfikowanego Diploma in Professional Marketing,
- możliwość uzyskania potwierdzenia nabytych kwalifikacji przez brytyjską organizację - The Chartered Institute of Marketing,
- pakiet korzyści dodatkowych wspierających proces uczenia się.

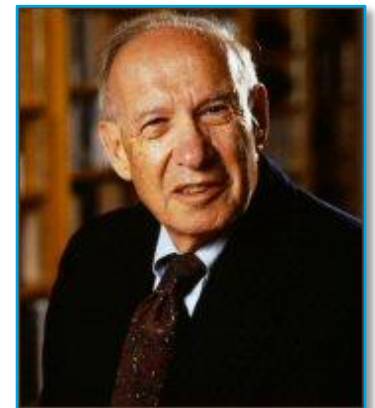
# Tematyka bloku

**Driving Innovation** buduje wrażliwość rynkową, która pozwala uczestnikom programu dostrzec zagrożenia, ale i możliwości wynikające z niestandardowego podejścia i innowacyjnego myślenia. Jednocześnie pokazuje proces tworzenia innowacji przez pryzmat przedsiębiorczości i rozbudza wizjonerskie podejście do podejmowanych działań.

W trakcie programu uczestnicy zobaczą jak wiele wyzwań, ale i szans na rozwój zmieniające się środowisko biznesowe stawia przed organizacjami.

*„Każde przedsiębiorstwo ma dwie, i tylko dwie, podstawowe funkcje – marketing i innowacje...”*

**Peter Drucker**



# Tematyka bloku

---

Tematyka bloku obejmuje:

- Kreatywność i innowacyjność – marketing a przedsiębiorczość postaw, zachowań, sposobów myślenia (15%)
- Innowacje a przewaga konkurencyjna - kluczowe cechy (15%)
- W poszukiwaniu niestandardowych rozwiązań (20%)
- Innowacje – proces, metody, warunki powodzenia (30%)
- Zarządzanie zmianą – rola marketingu wewnętrznego i kultury organizacji uczącej się (20%)

# Układ bloku

---

Blok składa się z cyklu dwóch piątkowo-sobotnich spotkań prowadzonych w języku polskim. Zajęcia odbywają się w:

Centrum Konferencyjnym Ogrodowa 58 w Warszawie,  
przy ulicy Ogrodowej 58

Godziny spotkań:

- Piątek: 17.00 – 21.00
- Sobota: 9.00 – 17.00 (w tym przerwa na lunch)



# Prowadzący

Lean Startup & Business Innovation Coach. Specjalizuje się we wdrażaniu innowacji w przedsiębiorstwach (programy typu intrapreneurship), rozwoju innowacyjnego przywództwa i przedsiębiorczości pracowników. Ekspert w zakresie metody Lean Startup oraz zmian kultury organizacyjnej. Konsultant biznesowy, coach zespołów, facylitator i trener z 19-letnim doświadczeniem. Ma 15-letnią praktykę jako doradca HR, w tym jako manager oraz ekspert ds. rozwoju organizacji i pracowników w międzynarodowych korporacjach (CA/EFL, ING Bank Śląski, GE Money/Bank BPH, Eaton Truck Components).



**Bartek Janowicz**

Doświadczony w facylitowaniu pracy grup managerów oraz zespołów projektowych i międzydepartamentalnych, prowadzeniu sesji wdrażania usprawnień wg metody GE Work-Out oraz sesji strategicznych dla wyższej kadry managerskiej. Prowadził programy rozwijające innowacyjność ekspertów i managerów, był odpowiedzialny za rozwój trenerów wewnętrznych wdrażających standardy Lean SixSigma. Jako jeden z niewielu w Polsce dysponuje międzynarodową akredytacją Certified Professional Facilitator potwierdzającą jego umiejętności w prowadzeniu efektywnych spotkań grupowych.

Od 2014 doradca i coach startupów. Założyciel Lean Startup Learning Groups (coachingu grupowego opartego na metodzie Lean Startup dla właścicieli startupów). Trener i mentor przedsiębiorczości w Youth Business Poland oraz inicjatywie Lean Startup Machine. Jest także organizatorem meetupów (spotkań inspiracyjnych) nt. innowacji w korporacjach – Innovations in a Corporate World w Warszawie.

# Prowadzący

Pracuje jako Customer Value Proposition Manager w firmie LUX MED. Ekspert i pasjonatka tworzenia unikalnych doświadczeń i propozycji wartości dla klientów. Ewangelistka podejścia „customer-centric” oraz „open-innovation” w tworzeniu nowatorskich produktów i usług. Specjalizuje się w projektach związanych z Value Proposition oraz Customer Experience Innovation. Jest facylitatorem procesu Google Ventures związanego z kreowaniem i testowaniem innowacyjnych rozwiązań. Posiada ponad 12-letnie doświadczenie we wdrażaniu i rozwoju produktów, usług i aplikacji mobilnych w międzynarodowej korporacji z sektora telekomunikacyjnego (T-Mobile Polska). Przygotowywała i wdrażała strategię usług dodanych zorientowaną na klienta. Prowadziła projekty związane z tworzeniem Value Proposition, w których angażowała klientów poprzez m.in Customer Advisory Board. Tworząc innowacyjne rozwiązania, wykorzystuje podejście Design Thinking. Absolwentka programu międzynarodowej certyfikacji marketingowej The Chartered Institute of Marketing (CIM) – Diploma in Professional Marketing. Obecnie prowadzi wykłady z obszaru Driving Innovation i Value Proposition dla studentów CIM w Polsce. Posiada certyfikat Stanford University for Professional Development w zakresie podejścia zorientowanego na klienta – Innovation and entrepreneurship.



Małgorzata Nowak

# Prowadzący

Specjalizacja: Reklama, Branding, komunikacja marketingowa. Jest reklamiarzem. Od kilkudziesięciu lat z pasją sprzedaje produkty i usługi oraz buduje marki za pomocą reklam. Od 15 lat na stanowisku managerskim, miał okazję pracować w renomowanych, międzynarodowych agencjach reklamowych: DMB&B (G7), Euro RSCG (Havas), MacCann Erickson, Leo Burnett), realizując krajowe i międzynarodowe kampanie reklamowe na rzecz marek lokalnych i światowych m.in. Astor, ARR, Blend-a-med, Bonux, Bongrain, Bosch, Brief, Chappi, Citroen, Clear Channel, Coca-Cola, Danone, Duracell, Fiat, Henkel, Lotos, Lubella, Łaciate, Mastercook, Millennium, Mondial Assistance, Obi, Omega Pharma, Persil, Rzeczpospolita, Siemens, Star Foods, Vanquis Bank, Vichy, Vizir, Wolters Kluwer.

Posiada 20 lat doświadczenia w prowadzeniu szkoleń i wykładów (m.in. Uniwersytet Warszawski, Uniwersytet Łódzki, The Chartered Institute of Marketing) oraz szkoleń otwartych i zamkniętych m.in. dla Bayer, Bertelsmann Media Sp. z o.o., Danone Polska Sp. z o.o., EMPIK, Imperial Tobacco, Inteligo, mBank, PGNiG S.A., Polpharma, PZU S.A., Soraya, Super Media Sp. z o.o., Unilever Polska, Volkswagen, dzieląc się ze słuchaczami zdobytą wiedzą i doświadczeniem w zakresie reklamy i marketingu.

Laureat wielu nagród branżowych (Golden Drum, Effie, Kreatura), jako pierwszy Polak otrzymał Srebrnego Lwa na festiwalu filmów reklamowych w Cannes. Autor licznych publikacji w czasopiśmie branżowych m.in. Businessman Magazine, Impact, Press, Brief Magazine. Prywatnie fascynuje się sztuczną inteligencją i programowaniem



Lech C. Król

# Prowadzący

Doświadczony moderator design thinking, praktyk z bogatym doświadczeniem w prowadzeniu i kierowaniu projektami oraz wsparciu procesów transformacyjnych w organizacjach. Członek Polskiego Stowarzyszenia Kreatywności. Współzałożyciel społeczności „Klientocentryczni” skupiającej ekspertów metodyki design thinking i service design.

Współtwórca pierwszego w Polsce Design Thinking BarCamp. Czerpie z potencjału myślenia projektowego podczas prowadzenia szkoleń i warsztatów dla biznesu, administracji publicznej, edukacji i sektora pozarządowego. Bierze udział w konferencjach, kongresach w roli eksperta (European Design Days, Łódź Design Festival, BiznesUp, Design Thinking Summit Warsaw, Europejskie Forum Gospodarcze, Festiwal Myślenia Projektowego i in.). Angażuje się w wiele inicjatyw (Global Service Jam, GovJam, LodzGo, Design Thinking Week, Światowy Tydzień Przedsiębiorczości i in.), w ramach których zamienia problemy na wyzwania i wspiera w poszukiwaniu skutecznych rozwiązań.



**Beata**  
**Michalska-Dominiak**

# Prowadzący

Od ponad 20 lat zajmuje się sprzedażą i zarządzaniem sprzedażą. Prowadzi szkolenia z wykorzystaniem metod przełamywania barier: firewalking, arrow snapping itp. Specjalizuje się w sprzedaży, negocjacjach w biznesie, wywieraniu wpływu, kreatywności, rozwoju osobistym, technikach sprzedaży B2B i B2C, komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej organizacji. Twórca wielu szkoleń autorskich, m.in. Sekret Mistrza Sprzedaży, Żyj i bogać się!, Metody Wywierania Wpływu (w sprzedaży, reklamie, PR i marketingu). Przeszkolił ponad 12 000 osób.

Założyciel firmy szkoleniowo-doradczej Top Training. Pracował jako wiceprezes zarządu One Invest. Uczestniczył w rozwoju polskiego rynku ubezpieczeń i funduszy emerytalnych, współtworząc jedną z największych agencji finansowo-ubezpieczeniowych w północno-wschodniej Polsce, współpracował z takimi firmami jak Allianz, Winterthur, ING Życie, BRE Bank.

Autor kilkuset publikacji prasowych z zakresu komunikacji, lingwistyki, sprzedaży, zarządzania sprzedażą oraz szkoleń. Autor wielu książek, m.in. „Biblia Sprzedaży”, „Mistrzowski zespół”, „Wywieranie wpływu na siebie”, „Opanować czas”, współautor książki „Skuteczna sprzedaż. Podręcznik działu sprzedaży i marketingu”.



**Arkadiusz Bednarski**

# Proces certyfikacji

Blok Driving Innovation jest oparty na założeniach programu **Diploma in Professional Marketing (DM)** – zaawansowanego poziomu certyfikacji **CIM**.

Udział w bloku uprawnia uczestnika do podejścia do egzaminu, po zdaniu którego może otrzymać certyfikat **Award in Driving Innovation**, wydany przez CIM.

Egzamin ma formę projektową.

Egzamin pisany jest w języku angielskim i oceniany przez egzaminatorów z CIM. Dzięki temu uzyskany certyfikat stanowi prestiżowe potwierdzenie zdobytych kwalifikacji, uznawane na całym świecie.

Osoby nie podchodzące do egzaminów otrzymają certyfikaty wydane przez **questusa** – Akredytowane Centrum Szkoleniowe i Egzaminacyjne CIM zaświadczaające uczestnictwo w programie.

## CIM

The Chartered Institute of Marketing w Londynie.

Instytucja ta działa od 1911 roku jest najstarszą na świecie organizacją zrzeszającą profesjonalnych marketerów.

## DM

Diploma in Professional Marketing. Zaawansowany poziom w certyfikacji CIM. Obejmuje **4 bloki tematyczne**:

- Strategic Marketing
- Mastering Metrics
- Digital Strategy
- Driving Innovation

Udział w programie umożliwia uzyskanie międzynarodowego dyplomu potwierdzającego zdobyte kwalifikacje.

# Koszt uczestnictwa

## Udział w bloku:

- 4 700 zł (koszt bez egzaminu)

## Koszty związane z podejściem do egzaminu:

Decyzję o wykupieniu egzaminów można podjąć na każdym etapie udziału w programie.

- Koszt podejścia do egzaminu CIM: **1150 zł**
- Koszt rocznej rejestracji w CIM (obligatoryjna przy egzaminach): **350 zł**

## Płatność może zostać rozłożona:

- Na raty – nawet do 5 rat płatnych co miesiąc
- Pomiedzy uczestnika a pracodawcę – w dowolnych proporcjach

## Rabat w wysokości 5% przysługuje:

- Studentom
- Drugiej i kolejnym osobom z tej samej firmy
- Osobom dojeżdżającym na program (dystans dłuższy niż 150 km)

Rabaty nie dotyczą kosztów egzaminacyjnych i rejestracyjnych CIM.

## Pakiet obejmujący udział w bloku zawiera:

- ponad 24-godzinny program szkoleniowy prowadzonym według wytycznych CIM;
- dostęp do edukacyjnej platformy edukacyjnej społecznościowo-rozwojowej i jej zasobów (prezentacje, nagrania, raporty itp.);
- materiały do zajęć w formie elektronicznej i/lub papierowej;
- podręczniki uzupełniające do bloku;
- udział w [Warsztatach Strategicznych questus academy](#) na preferencyjnych zasadach;
- bezpłatny udział w spotkaniach [Best Practice](#);
- możliwość uzyskania członkostwa w [questus academy](#);
- kontakt mailowy z prowadzącymi między spotkaniami;
- program gwarancyjny;
- catering podczas zajęć.



## Pakiet wraz z egzaminem dodatkowo obejmuje:

- opłatę egzaminacyjną w CIM;
- rejestrację i roczne członkostwo w CIM;
- opiekę Tutora egzaminacyjnego wraz z raportami oceniającymi postępy uczestników i przygotowania projektów;
- dostęp do zasobów [www.cim.co.uk](http://www.cim.co.uk) (po rejestracji);
- konsultacje przedegzaminacyjne;
- dostęp do stron zamkniętych [www.cim.co.uk](http://www.cim.co.uk) przeznaczonych dla uczestników programów CIM;
- dodatkowe korzyści oferowane dla studentów przez The Chartered Institute of Marketing (e-newsletter i inne);
- wsparcie opiekunów grupy przy rejestracji i innych sprawach formalnych CIM.

# Kryteria przyjęć

Poniższe kryteria dotyczą osób zdających egzamin CIM.

## Wymagania:

- ukończenie program Certificate in Professional Marketing  
lub
- 2-letnie doświadczenie w marketingu, w tym min. rok w zakresie prowadzenia samodzielnych projektów marketingowych  
lub
- ukończenie studiów wyższych z zakresu zarządzania bądź marketingu  
oraz znajomość biznesowego języka angielskiego.

Przyjęcie odbywa się na podstawie przesłanego CV osoby zainteresowanej.

# Szczegółowa tematyka zajęć

- Innowacyjność a strategia rynkowa organizacji
- Innowacyjność a przewaga konkurencyjna – warunki sukcesu
- Środowisko biznesowe jako źródło innowacji
- Teoria dysradywnych zmian a możliwości rozwoju organizacji
- Innowacje przełomowe i inkrementalne
- Kreatywność i innowacyjność w dynamicznie zmieniającym się środowisku biznesowym
- Fazy rozwoju rynku i organizacji a źródła sukcesu rynkowego
- Zmiany społeczne, ekonomiczne, prawne, technologiczne jako źródło innowacji
- Strategie Judo i Aikido
- Poziomy innowacyjności organizacji – strategiczne i operacyjne
- Proces tworzenia innowacji – etapy i warunki powodzenia
- Koncept i model biznesowy
- Model Osterwaldera
- Model „Open innovation”
- Design thinking & Co-creation
- Metoda Ideo

- Strategia Błękitnego Oceanu
- Metody odkrywania insightów klienta – badania etnograficzne, badania semiotyczne itp.
- Kultura innowacyjności i budowanie innowacyjnego środowiska pracy
- Zespół kreujący innowacje – cechy, umiejętności, atuty, ograniczenia
- Innowacyjność tworzona z partnerami biznesowymi – kolaboracyjne uczenie się
- Platformy innowacyjne – crowdsourcing
- Techniki i metody rozwoju kreatywności indywidualnej i zespołowej
- Narzędzia wspierające innowacyjność firmy (social media, intranet, wikis, cloud computing etc.)
- Wdrażanie innowacji – zarządzanie zmianą, koncepcja KAIZEN

# Kontakt

---

Na wszelkie pytania dotyczące bloku  
i zgłoszeń odpowie:

**Anna Muskała**  
Customer Relationships Manager

amuskała@questus.pl  
Kom: +48 601 052 704  
Tel: +48 42 662 00 07

Więcej informacji o firmie questus,  
realizowanych projektach i programach  
The Chartered Institute of Marketing na  
stronie: [www.questus.pl](http://www.questus.pl)