

WYSTĄPIENIA PUBLICZNE

- Jak się prezentować w czasie wystąpień publicznych. Reakcje na sytuację kryzysową. Sposoby walki z treścią.
- Jak przygotować się do spotkania z dziennikarzem. Co zrobić, by nie powiedzieć za dużo i kontrolować przekaz.
- Setka – język mediów w naszej służbie. Typowe błędy popełniane w czasie wystąpień publicznych i sposoby ich unikania.

MARKETING MIĘDZYNARODOWY I EFEKTYWNE
NARZĘDZIA MARKETINGOWE W DZIAŁALNOŚCI
EKSPORTOWEJ Z ELEMENTAMI RÓŻNIC KULTUROWYCH

- Czym jest marketing międzynarodowy i jego elementy (produkt/firma).
- Strona www, broszury i katalogi produktowe.
- Branding/rebranding.
- Opakowania produktów na rynki zagraniczne.
- Social media.
- Pozycjonowanie na rynkach zagranicznych.
- Platformy internetowe (b2b, b2c).
- Videomarketing.
- Promocja na targach.
- Misje zagraniczne.
- Różnice kulturowe w relacjach z klientami zagranicznymi.
- Charakterystyka poszczególnych regionów świata pod kątem różnic kulturowych.
- Europa, USA, Azja, Kraje Arabskie – na co zwrócić uwagę podczas nawiązywania kontaktów biznesowych.
- Religia a biznes.

ASPEKTY FORMALNO-PRAWNE WYJŚCIA NA RYNKI
ZAGRANICZNE

- Sposoby zawierania umów i ich specyfika w ujęciu zawierania umów zdalnie, przy użyciu pośrednika, w kontakcie bezpośrednim.
- Wykorzystanie procedur, certyfikacji dostępnych na rynku krajowym w kontaktach międzynarodowych w szczególności w promocji produktu czy usługi.
- Odpowiedzialność za produkt.
- Zabezpieczenie własności intelektualnej – ochrona znaku towarowego i marki producenta.
- Elementy podlegające ochronie prawnej.
- Egzekwowanie ochrony prawnej.
- Kontrola właścicielska nad marką.
- Udzielanie licencji..
- Wykorzystanie własności intelektualnej jako element wejścia na rynek.

MARCIN GRACZYK

Pełnomocnik Zarządu PAIH ds. Marki Polskiej Gospodarki, Rzecznik Prasowy PAIH. Odpowiedzialny za realizację strategii PR i komunikacji zewnętrznej PAIH, a także budowanie i wzmocnienie wizerunku agencji. Z branżą PR związany jest od wielu lat, a w komunikacji i mediach pracuje od 1999 roku. Wykładowca akademicki, juror branżowych konkursów poświęconych PR i Komunikacji. Wcześniej pracował jako dziennikarz polityczny i gospodarczy.



WOJCIECH NOWICKI

Posiada kilkunastoletnią praktykę zawodową w konsultingu biznesowym, kierowaniu międzynarodowymi projektami promocyjnymi oraz doświadczenie w obszarze marketingu narodowego – budowaniu wizerunku Polski.



PAWEŁ SZYDŁOWSKI

Absolwent anglistyki na Uniwersytecie Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie. Od ponad piętnastu lat zajmuje samodzielne, kierownicze stanowiska w działach sprzedaży eksportowej firm z branży FMCG oraz sprzętu sportowego, współpracując z odbiorcami w ponad 40 krajach we wszystkich kanałach dystrybucji. Wprowadzał od podstaw produkty spożywcze w nowoczesnym kanale dystrybucji w 7 krajach, m.in. w Irlandii, Wielkiej Brytanii i Białorusi. Wykładowca akademicki na anglojęzycznym kierunku International Business Management specjalizujący się w analizie rynków zagranicznych. Tłumacz specjalizujący się w terminologii medycznej.



ESG – SZANSE I WYZWANIA

- Czym jest ESG?
- Wdrażanie ESG – Europa vs. reszta świata.
- Szanse i korzyści związane z ESG.
- Wyzwania ESG.
- Konsekwencje zaniechań w dziedzinie ESG.
- Włączenie ESG w strategię firmy – jak przygotować się na zachodzące zmiany?

E-COMMERCE/E-EKSPORT W PRAKTYCE

- Narzędzie IT i ICT w e-commerce.
- Międzynarodowe platformy sprzedaży internetowej.
- Własny sklep internetowy poza granicami Polski.
- Platformy b2b i b2c.
- Cła i inne opłaty w międzynarodowym handlu internetowym.
- Systemy płatności w e-commerce międzynarodowy.
- Aspekty logistyczne w e-eksportcie.
- Bariery związane z rozwojem e-eksportu.
- Bezpieczeństwo transakcji w e-eksportcie.
- Gwarancja i rękojmia E-commerce a ochrona danych osobowych.
- VAT polski, lokalny a OSS.

KONSTRUKCJA KONKURENCYJNEJ OFERTY EKSPORTOWEJ I JEJ PREZENTACJA

- Główne elementy oferty eksportowej.
- Opis produktów/usług, których dotyczy oferta eksportowa.
- Prezentacja oferty na tle konkurencji lokalnej.
- Przewagi konkurencyjne wobec produktów dostępnych na rynku docelowym eksportu.
- Konstrukcja ceny eksportowej.
- Odpowiedzialność w sprzedaży międzynarodowej - Incoterms.
- Gwarancja/rękojmia.
- Systemy rabatowe.

PIOTR PLACHA

Kluczowy Ekspert w Zespole Ekspertów Branżowych PAIH, analityk strategiczny i doradca biznesowy. Wspiera polskich eksporterów w internacjonalizacji działalności. Ma wieloletnie doświadczenie w dziedzinie wdrażania w korporacjach zasad zrównoważonego rozwoju (SDGs) i społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR). Zaangażowany w działania mające na celu zdobywanie i dzielenie się wiedzą na ten temat zrównoważonego rozwoju i raportowania ESG wśród firm sektora MŚP. Członek Rady Innowatorów ESG przy Polskim Stowarzyszeniu ESG oraz Grupy roboczej ESG w PAIH.



JUSTYNA LIPCZYŃSKA

Menadżerka w Departamencie Wsparcia Eksportu PAIH, specjalizująca się w tematyce e-commerce, marketingu cyfrowym i zrównoważonym rozwoju biznesu (ESG).



MACIEJ ŚMIGIEL

Ekspert ds. Afryki i Bliskiego Wschodu. Od 3 lat wspiera polskich przedsiębiorców w internacjonalizacji i ekspansji międzynarodowej. Specjalizuje się w komunikacji międzykulturowej, w tym biznesowej.



**FINANSE – KONSTRUKCJA STRATEGII CENOWYCH
Z ELEMENTAMI BUDŻETU EKSPORTOWEGO
NA WYBRANE RYNKI**

- Strategia cenowa jako nieodzowny element zarządzania.
- Rodzaje strategii cenowych.
- Zasady tworzenia strategii cenowych.
- Sprzedaż eksportowa a sprzedaż krajowa – różnice i podobieństwa.
- Elementy składowe wartości eksportowanego produktu.
- Podatkowe aspekty sprzedaży eksportowej.
- Różnice kursowe i ich wpływ na wynik finansowy eksportera.
- Instrumenty finansowe dla transakcji zagranicznych i ich koszty.
- Rola i koszty ubezpieczenia dla transakcji zagranicznych.
- Wpływ logistyki na konstrukcję strategii cenowych.
- Możliwości pozyskania wsparcia finansowego dla eksporterów.

ADRIANA RUDNICKA

Dyrektor Zarządzająca PPH „Ewa-bis” Sp. z o.o. Specjalistka w dziedzinie eksportu produktów spożywczych i finansów. Od 25 lat rozwija działy handlowe i realizuje strategie sprzedażowe przedsiębiorstw, zdobywając kilkakrotnie tytuły Gazeli Biznesu oraz Wybitny Eksporter. Współtwórczyni Kongresu Ekspansyjnych Eksporterów.

