



## Kreowanie wizerunku firmy

Numer usługi 2023/10/25/52158/2004320

1 832,70 PLN brutto

1 490,00 PLN netto

114,54 PLN brutto/h

93,13 PLN netto/h

AKAT Consulting Sp.  
z o.o.

📍 Opole / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 16 h

📅 26.11.2024 do 27.11.2024

## Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Sposób dofinansowania	wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Osoby zainteresowane budowaniem wizerunku firmy.
Minimalna liczba uczestników	6
Maksymalna liczba uczestników	16
Data zakończenia rekrutacji	25-11-2024
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	16
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

## Cel

### Cel edukacyjny

W wyniku szkolenia uczestnik będzie przygotowany do profesjonalnego budowania wizerunku firmy w sieci oraz w mediach społecznościowych za pomocą sprawdzonych narzędzi i technik oraz zgodnie z najnowszymi trendami. Uczestnik będzie potrafił wybrać najbardziej optymalne dla firmy sposoby wykorzystania poszczególnych narzędzi Social Media. Uczestnik będzie przygotowany do mierzenia efektów i umiejętnego korygowania działań marketingowych w tychże mediach.

### Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Zrozumienie podstawowych koncepcji związanych z kreowaniem wizerunku firmy.	Pomyślne ukończenie testu pisemnego, w którym uczestnik demonstruje zrozumienie kluczowych terminów i pojęć związanych z kreowaniem wizerunku firmowego.	Test teoretyczny
Świadomość znaczenia kształtowania wizerunku firmy w kontekście celów biznesowych.	Prezentacja teoretycznych podstaw i znaczenia kreowania wizerunku dla osiągnięcia celów organizacji.	Test teoretyczny
Zrozumienie narzędzi i technik pomagających w budowaniu pozytywnego wizerunku firmy.	Przedstawienie listy narzędzi i technik używanych do kształtowania wizerunku firmy oraz ich zastosowań.	Test teoretyczny
Tworzenie strategii kreowania wizerunku firmy.	Opracowanie strategii kreowania wizerunku firmy, uwzględniającej cele organizacji i specyfikę branży.	Test teoretyczny
Praktyczne wykorzystanie narzędzi i technik budowania wizerunku.	Przygotowanie i prezentacja przykładów działań, które przyczyniły się do kształtowania wizerunku firmy.	Test teoretyczny
Monitorowanie i analiza wizerunku firmy oraz dostosowywanie strategii w odpowiedzi na wyniki.	Przedstawienie raportu lub analizy, wskazujące na efekty działań kreowania wizerunku i ewentualne zmiany strategii na podstawie wyników.	Test teoretyczny
Komunikacja i budowanie relacji wewnętrznych i zewnętrznych.	Ocena jakości komunikacji wewnętrznej w firmie oraz relacji z klientami, partnerami biznesowymi i innymi interesariuszami.	Test teoretyczny

## Kwalifikacje

### Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

#### Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji zawiera opis efektów uczenia się?

tak

Pytanie 2. Czy dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji?

tak

Pytanie 3. Czy dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

tak

# Program

Moduł I: Wizerunek firmy, czyli pytanie - mieć czy być?

- ☒ Uplasowanie wizerunku firmy w komunikacji marketingowej organizacji
- ☒ Jak się tworzy wizerunek firmy – orientacja firmy
- ☒ Czemu służy wizerunek firmy? – określenie 3 celów strategicznych
- ☒ Czy wizerunek się opłaca? O procesie budowania marki praktycznie, szanse i zagrożenia na polskich case studies

Moduł II: Mosty i mury dla wizerunku Twojej firmy

- ☒ Klientocentryzm – klient w centrum procesów firmy to klucz do pozytywnego wizerunku
  - ☒ Kultura organizacyjna – podwaliny budowania spójności organizacji
  - ☒ „Znieś jajko i gdacz” – o świadomym publicity i działaniach public relations
  - ☒ Touchpoints – punkty styku z Twoją firmą, czy znasz swoje luki?
- Gra strategiczna – Rozum czy serce, jak wizerunek marki wpływa na wyniki finansowe organizacji?

Moduł III: Wizerunek marki, a nie produktu jako antidotum na cenę

- ☒ Budowanie marki krok po kroku, czyli komercjalizowanie wizerunku firmy
- ☒ Marka i jej atrybuty: architektura marek, spójność, identyfikacja wizualna, język marki
- ☒ Czy wizerunek można monitorować – wskaźniki pomiarowe (KPI), poznaj 3 najważniejsze
- ☒ Kryzys wizerunku – zasady postępowania w przypadku awarii na drodze Twojej marki
- ☒ Wizerunek na arenie międzynarodowej – stawaj się wiarygodnym partnerem eksportowym

Moduł IV: Planowanie budowania wizerunku w oparciu o narzędzia

- ☒ Brandbook jako księga marki w skutecznej strategii komunikacji
- ☒ Personal branding – jak marka osobista wpływa na wizerunek organizacji – szanse i zagrożenia
- ☒ Employer branding – marka pracodawcy a dzisiejsze wyzwania rynku pracy
- ☒ Komunikowanie wizerunku w oparciu o kanały obecne trendy:
  - o social media – LinkedIn, Youtube, Facebook, Instagram – przegląd możliwości
  - o content marketing
  - o video marketing
  - o AI sztuczna inteligencja – czat GPT, Midjourney w służbie wizerunku

# Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 0

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
Brak wyników.					

# Cennik

## Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt usługi brutto	1 832,70 PLN

Koszt usługi netto	1 490,00 PLN
Koszt godziny brutto	114,54 PLN
Koszt godziny netto	93,13 PLN

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

### Dolores Greń

Strateg marketingowy, pomaga firmom świadomie podchodzić do marketingu, ścieżki klienta, aby osiągać cele biznesowe.

Pracuje z firmami jako konsultant, szkoleniowiec, przeprowadza przez transformację marketingową, rebranding. Audytuje, optymalizuje, doradza zarządom.

Jest autorką publikacji, wykładowcą akademickim. Na koncie ma ponad 3000 godzin spędzonych w sali szkoleniowej i konsultacjach z klientami z różnych branż - od produkcyjnej przez spożywczą, po fashion i beauty.

Specjalizuje się w transformacji firm produkcyjnych B2B, międzynarodowych, które po rebrandingu podnoszą swoją wartość rynkową.

Absolwentka Executive MBA Business Trends Uniwersytetu Merito, posiada certyfikat DIMAQ (Digital Marketing Qualification) na poziomie Professional. Ukończyła program strategiczny Chartered Institute of Marketing in London, Orka Brand Academy Kopenhaga i studia podyplomowe „Marketing B2B” na Uniwersytecie Ekonomicznym w Poznaniu. Jest certyfikowanym Trenerem biznesu Polsko-Amerykańskiego Instytutu Zarządzania.

Praktyk, manager poruszający się w marketingu ponad 15 lat. Posiada doświadczenie 360 stopni - pracowała po stronie agencji reklamowych, w działach marketingu. Przez 7 lat szefowała działom marketingu w firmach rodzinnych, korporacjach zagranicznych (Orkla – Credin, Silcare). Prowadziła 20 osobowy zespół marketingowy, zarządzała projektami w 5 krajach Europy.

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy dostaną notesy, teczki, długopisy, a po zakończeniu usługi materiały wypracowane podczas usługi.

### Warunki uczestnictwa

Usługa zostanie zrealizowana z zachowaniem wszelkich zasad bezpieczeństwa związanych z zapobieganiem rozprzestrzeniania się wirusa COVID-19.

Po zakończonej usłudze uczestnik usługi otrzyma zaświadczenie i certyfikat ukończenia szkolenia. Warunkiem uzyskania zaświadczenia i certyfikatu jest uczestnictwo w co najmniej 80% zajęć usługi rozwojowej.

## Informacje dodatkowe

### PODATEK VAT

Usługa szkoleniowa (nie dotyczy doradztwa) jest zwolniona z podatku VAT w przypadku, kiedy przedsiębiorstwo zwolnione jest z podatku VAT lub dofinansowanie wynosi co najmniej 70%. W innej sytuacji do ceny netto doliczany jest podatek VAT w wysokości 23%.

Podstawa: §3 ust. 1 pkt. 14 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20.12.2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz szczegółowych warunków stosowania tych zwolnień (Dz.U. z 2018 r., poz. 701).

### OGÓLNE WARUNKI ŚWIADCZENIA USŁUG

Dokonanie zapisu na usługę jest jednoznaczne z akceptacją ogólnych warunków świadczenia usługi (OWU), które znajdują się na stronie internetowej pod adresem <https://akatconsulting.pl/ogolne-warunki-umowy-akat-consulting>

## Adres

Opole

Opole

woj. opolskie

## Kontakt



**Wojciech Kalisz**

**E-mail** [w.kalisz@akatconsulting.pl](mailto:w.kalisz@akatconsulting.pl)

**Telefon** (+48) 793 487 686