



## Budowanie wizerunku pracodawcy (employer branding) - usługa szkoleniowa

Numer usługi 2024/11/14/152593/2410662

5 440,00 PLN brutto

5 440,00 PLN netto

170,00 PLN brutto/h

170,00 PLN netto/h

KJS CAPITAL  
SPÓŁKA Z  
OGRANICZONĄ  
ODPOWIEDZIALNOŚ  
CIĄ



📍 Zielona Góra / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 32 h

📅 03.02.2025 do 06.02.2025

## Informacje podstawowe

### Kategoria

Biznes / Marketing

### Sposób dofinansowania

wsparcie dla pracodawców i ich pracowników  
wsparcie dla osób indywidualnych

### Grupa docelowa usługi

Uzyskaniem kwalifikacji "Budowanie wizerunku pracodawcy (employer branding)" mogą być zainteresowani w szczególności:

- Specjaliści i menedżerowie ds. employer branding (EB)** – odpowiedzialni za strategię wizerunkowe.
- Specjaliści ds. HR** – zajmujący się rekrutacją i budowaniem kultury organizacyjnej.
- Specjaliści ds. komunikacji i PR** – budujący wizerunek organizacji na zewnątrz.
- Osoby zaangażowane w kampanie wizerunkowe** – działające w marketingu i employer branding.
- Menedżerowie i liderzy zespołów** – zarządzający wizerunkiem zespołów i firmy.
- Urzędnicy i przedstawiciele partii politycznych** – dbający o wizerunek publiczny.
- Specjaliści ds. sprzedaży** – budujący wizerunek firmy podczas spotkań i targów.
- Osoby prowadzące JDG** – chcące budować osobisty wizerunek oraz atrakcyjny obraz swojej działalności.
- Osoby prywatne** – osoby chcące budować swój osobisty wizerunek, np. w mediach społecznościowych lub w celu znalezienia pracy.

### Minimalna liczba uczestników

10

### Maksymalna liczba uczestników

20

### Data zakończenia rekrutacji

02-02-2025

---

<b>Forma prowadzenia usługi</b>	stacjonarna
<b>Liczba godzin usługi</b>	32
<b>Podstawa uzyskania wpisu do BUR</b>	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

---

# Cel

## **Cel edukacyjny**

Celem edukacyjnym szkolenia "Budowanie Wizerunku Pracodawcy" (Employer Branding) jest wyposażenie uczestników w kompleksową wiedzę i praktyczne umiejętności niezbędne do skutecznego kształtowania i promowania atrakcyjnego wizerunku organizacji jako miejsca pracy.

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

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Charakteryzuje znaczenie działań employer brandingowych w budowaniu wizerunku pracodawcy	opisuje uwarunkowania społeczno-gospodarcze mające wpływ na budowanie wizerunku pracodawcy	Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
		Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	charakteryzuje typy odbiorców wizerunku pracodawcy	Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
		Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	opisuje znaczenie wizerunku zewnętrznego i wewnętrznego pracodawcy	Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
		Test teoretyczny
Wywiad ustrukturyzowany		
Obserwacja w warunkach rzeczywistych		
wymienia korzyści dla organizacji wynikające z budowy jej wizerunku jako pracodawcy		Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
		Test teoretyczny
	Wywiad ustrukturyzowany	
	Obserwacja w warunkach rzeczywistych	
wskazuje możliwe błędy związane z realizacją działań w zakresie kształtowania wewnętrznego i zewnętrznego wizerunku pracodawcy	Test teoretyczny	
	Wywiad ustrukturyzowany	
	Obserwacja w warunkach rzeczywistych	
	Test teoretyczny	
	Wywiad ustrukturyzowany	
	Obserwacja w warunkach rzeczywistych	
wskazuje zasady skutecznego prowadzenia działań employer brandingowych	Test teoretyczny	
	Wywiad ustrukturyzowany	
	Obserwacja w warunkach rzeczywistych	

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Opisuje istotę działań employer brandingowych		Test teoretyczny
	wyjaśnia pojęcie employer brandingu	Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	wyjaśnia pojęcia związane z wizerunkiem pracodawcy takie jak: marka (brand), wizerunek wewnętrzny i zewnętrzny, tożsamość pracodawcy, reputacja pracodawcy	Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
		Test teoretyczny
	wskazuje cele stosowania działań employer brandingowych	Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	wymienia kanały komunikacji zewnętrznej wykorzystywane do budowania wizerunku pracodawcy (w tym m.in.: strona internetowa, media społecznościowe, portale rekrutacyjne i branżowe, opakowanie produktu, sposób ekspozycji w sklepie)	Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	wymienia kanały komunikacji wewnętrznej wykorzystywane do budowania wizerunku pracodawcy (w tym m.in.: intranet, tablica informacyjna, mailing, obieg korespondencji wewnętrznej itp.)	Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	charakteryzuje narzędzia zewnętrznego employer branding, w tym: wizerunkowe (udział w targach, promocja organizacji w mediach społecznościowych, konkursy i rankingi pracodawców, działania z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu) oraz rekrutacyjne (promocja firmy w serwisach o pracę, ogłoszenia rekrutacyjne, sposób prowadzenia rekrutacji)	Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
	<p>charakteryzuje narzędzia wewnętrznego employer branding, w tym: system komunikacji wewnętrznej, system wewnętrznej rekrutacji, proces adaptacji pracowników, ścieżki kariery, szkolenia, programy zarządzania talentami, system okresowych ocen pracowniczych, badanie satysfakcji, motywatory płacowe, działania integrujące pracowników, działania z obszaru równowagi praca-życie, system wartości, działania z zakresu społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw</p>	<p>Test teoretyczny</p> <p>Wywiad ustrukturyzowany</p> <p>Obserwacja w warunkach rzeczywistych</p>
<p>Identyfikuje informacje na temat wizerunku pracodawcy</p>	<p>wymienia i charakteryzuje źródła pozyskiwania informacji o wizerunku zewnętrznym i wewnętrznym pracodawcy</p>	<p>Test teoretyczny</p>
		<p>Wywiad ustrukturyzowany</p>
		<p>Obserwacja w warunkach rzeczywistych</p>
		<p>Test teoretyczny</p>
	<p>dobiera zakres i sposób pozyskiwania informacji o wizerunku pracodawcy z wybranych źródeł</p>	<p>Wywiad ustrukturyzowany</p>
		<p>Obserwacja w warunkach rzeczywistych</p>
	<p>wyszukuje informacje będące nośnikiem wizerunku pracodawcy z co najmniej dwóch kanałów informacji (na stronie internetowej, w mailu kierowanym do pracowników organizacji, w aktualnościach z intranetu; w ogłoszeniu rekrutacyjnym; na profilu społecznościowym przykładowego pracodawcy)</p>	<p>Test teoretyczny</p> <p>Wywiad ustrukturyzowany</p> <p>Obserwacja w warunkach rzeczywistych</p>

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
	w oparciu o profil działalności pracodawcy identyfikuje odbiorców wizerunku przykładowego pracodawcy	Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	charakteryzuje grupy odbiorców wizerunku	Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Określa zakres oceny wizerunku pracodawcy	identyfikuje oczekiwania grup odbiorców	Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	wskazuje kluczowe obszary oceny wizerunku przykładowego pracodawcy	Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	projektuje kryteria oceny wizerunku przykładowego pracodawcy	Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Przeprowadza analizę wizerunku pracodawcy	na podstawie zbioru danych tworzy charakterystykę wizerunku organizacji jako pracodawcy w otoczeniu zewnętrznym i wewnętrznym	Test teoretyczny
	na podstawie zbioru danych tworzy analizę porównawczą dotyczącą zbieżności i rozbieżności między oczekiwaniami organizacji w kwestii jej wizerunku a wnioskami wpływającymi ze zgromadzonych danych	Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
		Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Przepracowuje zalecenia dotyczące kierunków budowy wizerunku zewnętrznego i wewnętrznego	przygotowuje zalecenia dotyczące kierunków budowy wizerunku zewnętrznego i wewnętrznego	Test teoretyczny
	dobiera kanały komunikacji do zaplanowanych kierunków działań wizerunkowych	Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
		Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Określa sposób realizacji celów wizerunkowych	dobiera po 3 działania do wskazanych 2 celów wizerunkowych związanych z poprawą wizerunku pracodawcy, pozwalających na osiągnięcie tych celów	Test teoretyczny
	identyfikuje warunki prawne konieczne do uwzględnienia w planowanych działaniach wizerunkowych (np. RODO, przepisy prawa autorskiego)	Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
		Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Przepracowuje narzędzia do zaplanowanych działań wizerunkowych (np. artykuły w prasie, w Internecie, wywiady w mediach lokalnych)	dobiera narzędzia do zaplanowanych działań wizerunkowych (np. artykuły w prasie, w Internecie, wywiady w mediach lokalnych)	Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
	wyjaśnia czynniki warunkujące przetrwanie i rozwój firmy jako pracodawcy	Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych Test teoretyczny
	wyjaśnia zasady budowania strategii wizerunkowej pracodawcy	Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Określa zakres strategii wizerunkowej pracodawcy	określa grupy docelowe planowanych działań wizerunkowych
Wywiad ustrukturyzowany		
Obserwacja w warunkach rzeczywistych		
formułuje 2 przykładowe kierunki działań planowanych do ujęcia w strategii wizerunkowej pracodawcy		Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	identyfikuje błędy w przykładowej strategii wizerunkowej pracodawcy	Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych



Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Prowadzi działania employer brandingowe skierowane do wewnątrz organizacji	przygotowuje komunikat skierowany do pracowników na temat nowych form wsparcia pracowników np. godzina dla rodziny, możliwości uelastycznienia czasu pracy	Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych Test teoretyczny
	dobiera 4 przykładowe wskaźniki oceny satysfakcji pracowników	Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	formułuje 4 rodzaje pytań do przykładowego wskaźnika oceny satysfakcji pracowników	Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	przygotowuje procedurę komunikacji pracownika z pracodawcą w przypadku nietypowych zdarzeń losowych pracownika (np. pożar domu, nagła ciężka choroba dziecka)	Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	na podstawie przykładowego opisu systemu motywacyjnego proponuje nowe motywatory pozapłacowe	Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	opracowuje przykładowe zalecenia do postępowania z nowozatrudnionym pracownikiem w pierwszych dniach np. przydzielenie kolegi - opiekuna, przedstawienie zespołowi, zapoznanie z obiektem, weryfikacja zadowolenia po pierwszych dniach pracy	Test teoretyczny
Wywiad ustrukturyzowany		
Obserwacja w warunkach rzeczywistych		

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Prowadzi działania employer brandingowe skierowane na zewnątrz organizacji	na podstawie opisu stanowiska pracy przygotowuje ogłoszenie rekrutacyjne zgodne ze strategią wizerunkową pracodawcy	Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
		Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
		Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
		Test teoretyczny
	Wywiad ustrukturyzowany	
	Obserwacja w warunkach rzeczywistych	

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Monitoruje działania employer brandingowe	wymienia mierniki efektywności wdrażania strategii wizerunkowej pracodawcy (np. obecność w opiniotwórczych rankingach, poziom pozytywnej rozpoznawalności w docelowej grupie kandydatów, komentarze na GoldenLine i LinkedIn)	Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	projektuje 4 kryteria oceny skuteczności działań wizerunkowych	Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	dobiera i uzasadnia wybór narzędzi niezbędnych do mierzenia efektów działań wizerunkowych	Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	opracowuje harmonogram prowadzenia działań monitorujących wdrażanie strategii wizerunkowej	Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Optymalizuje działania employer brandingowe	na podstawie danych z monitorowania (np. komentarze pod artykułem, wpisy w mediach społecznościowych) modyfikuje treści materiału wizerunkowego	Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
		Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	na podstawie liczby odsłon strony z ogłoszeniem rekrutacyjnym proponuje nowe kanały dystrybucji ogłoszenia oraz możliwości optymalizacji ogłoszenia w celu uzyskania większej liczby odsłon	Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
		Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
modyfikuje harmonogram dystrybucji materiałów wizerunkowych	Test teoretyczny	
	Wywiad ustrukturyzowany	
	Obserwacja w warunkach rzeczywistych	
	Test teoretyczny	
	Wywiad ustrukturyzowany	
	Obserwacja w warunkach rzeczywistych	
na podstawie wyników ankiety satysfakcji tworzy propozycję modyfikacji sposobu przyznawania wybranego motywatora pozapłacowego	Test teoretyczny	
	Wywiad ustrukturyzowany	
	Obserwacja w warunkach rzeczywistych	
	Test teoretyczny	
	Wywiad ustrukturyzowany	
	Obserwacja w warunkach rzeczywistych	

## Kwalifikacje

### Kwalifikacje zarejestrowane w Zintegrowanym Rejestrze Kwalifikacji

<b>Kwalifikacje</b>	Budowanie wizerunku pracodawcy (employer branding)
<b>Kod kwalifikacji w Zintegrowanym Rejestrze Kwalifikacji</b>	13945
<b>Nazwa/Kategoria Podmiotu prowadzącego walidację</b>	KJS CAPITAL SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ
<b>Podmiot prowadzący walidację jest zarejestrowany w BUR</b>	Tak
<b>Nazwa/Kategoria Podmiotu certyfikującego</b>	KJS CAPITAL SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ
<b>Podmiot certyfikujący jest zarejestrowany w BUR</b>	Tak

# Program

## Dzień 1:

1. Wprowadzenie do mediów społecznościowych i ich roli w budowaniu marki
2. Twoja nisza rynkowa. Analiza marki, zasobów i potencjału
3. Wybór grupy docelowej
4. Jak budować profil w mediach społecznościowych?

## Dzień 2:

1. Tworzenie angażujących treści pisanych dla mediów społecznościowych
2. Podstawy wideo content marketingu
3. Praktyczne warsztaty z tworzenia treści wideo – użycie aplikacji CapCut, Captions i OpenAI
4. Strategie dystrybucji treści na różnych platformach społecznościowych.

## Dzień 3:

1. Zaawansowane techniki tworzenia treści w mediach społecznościowych
2. Wykorzystanie sztucznej inteligencji w marketingu społecznościowym.
3. Analiza danych i mierzenie skuteczności działań marketingowych
4. Zarządzanie kryzysowe w mediach społecznościowych

## Dzień 4:

1. Budowanie i zarządzanie społecznością online
2. Techniki angażowania i zwiększania zaangażowania odbiorców.
3. Przygotowanie własnego planu marketingowego na media społecznościowe.
4. Rozmowa + symulacja podsumowująca wiedzę uczestników (walidacja dot. potwierdzenia uzyskania kwalifikacji ZRK)
5. Test wiedzy (walidacja dot. potwierdzenia uzyskania kwalifikacji ZRK)

Szkolenie odbywa się w godzinach dydaktycznych, czyli 1 godzina szkolenia równa się 45 minut.

W ciągu dnia zostały uwzględnione 3 przerwy o łącznie długości 120 minut które nie są wliczane do czasu trwania usługi.

Prowadzone w ramach szkolenia zajęcia realizowane są metodami interaktywnymi i aktywizującymi, rozumianymi jako metody umożliwiające uczenie się w oparciu o doświadczenie i pozwalające uczestnikom na ćwiczenie umiejętności.

# Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 17

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>1 z 17</b> Wprowadzenie do mediów społecznościowych i ich roli w budowaniu marki	Anna Oszajca	03-02-2025	09:00	10:30	01:30
<b>2 z 17</b> Twoja nisza rynkowa. Analiza marki, zasobów i potencjału	Anna Oszajca	03-02-2025	10:30	13:30	03:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>3 z 17</b> Wybór grupy docelowej	Anna Oszajca	03-02-2025	13:30	15:00	01:30
<b>4 z 17</b> Jak budować profil w mediach społecznościowych?	Anna Oszajca	03-02-2025	15:00	17:00	02:00
<b>5 z 17</b> Tworzenie angażujących treści pisanych dla mediów społecznościowych	Anna Oszajca	04-02-2025	09:00	11:00	02:00
<b>6 z 17</b> Podstawy wideo content marketingu	Anna Oszajca	04-02-2025	11:00	12:30	01:30
<b>7 z 17</b> Praktyczne warsztaty z tworzenia treści wideo – użycie aplikacji CapCut, Captions i OpenAI	Anna Oszajca	04-02-2025	12:30	15:00	02:30
<b>8 z 17</b> Strategie dystrybucji treści na różnych platformach społecznościowych	Anna Oszajca	04-02-2025	15:00	17:00	02:00
<b>9 z 17</b> Zaawansowane techniki tworzenia treści w mediach społecznościowych	Anna Oszajca	05-02-2025	09:00	11:00	02:00
<b>10 z 17</b> Wykorzystanie sztucznej inteligencji w marketingu społecznościowym.	Anna Oszajca	05-02-2025	11:00	13:30	02:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>11 z 17</b> Analiza danych i mierzenie skuteczności działań marketingowych	Anna Oszajca	05-02-2025	13:30	15:00	01:30
<b>12 z 17</b> Zarządzanie kryzysowe w mediach społecznościowych	Anna Oszajca	05-02-2025	15:00	17:00	02:00
<b>13 z 17</b> Budowanie i zarządzanie społecznością online.	Anna Oszajca	06-02-2025	09:00	11:00	02:00
<b>14 z 17</b> Techniki angażowania i zwiększania zaangażowania odbiorców	Anna Oszajca	06-02-2025	11:00	12:30	01:30
<b>15 z 17</b> Przygotowanie własnego planu marketingowego na media społecznościowe	Anna Oszajca	06-02-2025	12:30	15:00	02:30
<b>16 z 17</b> Rozmowa + symulacja podsumowująca wiedzę uczestników - walidacja dot. potwierdzenia uzyskania kwalifikacji ZRK	-	06-02-2025	15:00	16:00	01:00
<b>17 z 17</b> Test wiedzy - walidacja dot. potwierdzenia uzyskania kwalifikacji ZRK	-	06-02-2025	16:00	17:00	01:00

# Cennik

## Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 440,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 440,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	170,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	170,00 PLN
W tym koszt walidacji brutto	300,00 PLN
W tym koszt walidacji netto	300,00 PLN
W tym koszt certyfikowania brutto	300,00 PLN
W tym koszt certyfikowania netto	300,00 PLN

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

### Anna Oszajca

Anna Oszajca – trenerka biznesu, marek osobistych & wideo, producent i reżyser reklam, ekspert w dziedzinie marketingu internetowego.

Współpracowała z takimi markami jak Wella Group, Alior Bank, Grupa Żywiec, Panek CS, Cyfrowy Polsat, Asbiro Investors. BNI London, Akademia Sztuk Pięknych w Krakowie – projekt Narodowego Banku Polskiego oraz Politechnika Łódzka – projekt Santander.

Certyfikowany trener Instytutu NAO London, trenerka Heksagon Group, absolwentka fakultetu Uniwersytetu w Cambridge oraz kierunków Marketing & PR, Sztuka Współczesna – wiedza i rynek.

Anna tworzy strategie marek w social media. Pokazuje jak wydobyć indywidualny charakter oraz kreować pozytywny wizerunek firm i osób. Uczy jak tworzyć treści w internecie, skalować i automatyzować działania marketingowe, by budować relacje z odbiorcami zdobywając ich zaufanie i lojalność.

Jeśli czujesz, że Twój biznes potrzebuje medialnego boosta, a Ty sam masz dość obaw i ograniczeń, które dławią Cię, gdy masz się zaprezentować światu – Anna, jest tym człowiekiem, który pomoże przejść Ci medialną transformację i ze swobodą wyrazić siebie, wykorzystując marketing online w swoim biznesie. Doświadczenie zawodowe szkoleniowca zostało zdobyte nie wcześniej niż 5 lat przed datą wprowadzenia szczegółowych danych dotyczących oferowanej usługi



# Informacje dodatkowe

## Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Wszystkie materiały zostaną wysłane do uczestników przed szkolenie na maila.

Na materiały składają się:

1. Prezentacja
2. Skrypt szkoleniowy
3. Materiały wideo

## Informacje dodatkowe

Uczestnik szkolenia otrzyma certyfikat ukończenia szkolenia dopiero po pozytywnym wyniku testu sprawdzającego wiedzę , który odbędzie się na ostatnich zajęciach. Warunkiem otrzymania zaświadczenia o ukończeniu szkolenia jest pozytywny wynik testu końcowego oraz frekwencja na minimalnym poziomie 80%.

W skład komisji walidującej wchodzi Pani Anna Diller.

Planowana walidacja, tj. "Test wiedzy" dot. potwierdzenia uzyskania kwalifikacji ZRK.

## Adres

ul. Chemiczna 5  
65-713 Zielona Góra  
woj. lubuskie

Sala Konferencyjna An-Son 504

W przypadku problemów z dotarciem pod odpowiedni adres proszę o kontakt z organizatorem szkolenia pod nr telefonu:  
690-636-058

## Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

## Kontakt



**Karolina Pułjan**

**E-mail** karolina.puljan@kjscapital.pl

**Telefon** (+48) 690 636 058