



KJS CAPITAL
SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚ
CIĄ
★★★★★ 4,9 / 5
801 ocen

Budowanie wizerunku - marki firmy - usługa szkoleniowa kończąca się egzaminem

Numer usługi 2025/08/21/152593/2952584

📍 Zielona Góra / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 32 h

📅 27.10.2025 do 30.10.2025

5 440,00 PLN brutto

5 440,00 PLN netto

170,00 PLN brutto/h

170,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Uzyskaniem kwalifikacji "Budowanie wizerunku - marki firmy" mogą być zainteresowani w szczególności:

1. **Specjaliści i menedżerowie ds. employer brandingu (EB)** – odpowiedzialni za strategię wizerunkową.
2. **Specjaliści ds. HR** – zajmujący się rekrutacją i budowaniem kultury organizacyjnej.
3. **Specjaliści ds. komunikacji i PR** – budujący wizerunek organizacji na zewnątrz.
4. **Osoby zaangażowane w kampanie wizerunkowe** – działające w marketingu i employer brandingu.
5. **Menedżerowie i liderzy zespołów** – zarządzający wizerunkiem zespołów i firmy.
6. **Urzędnicy i przedstawiciele partii politycznych** – dbający o wizerunek publiczny.
7. **Specjaliści ds. sprzedaży** – budujący wizerunek firmy podczas spotkań i targów.
8. **Osoby prowadzące JDG** – chcące budować osobisty wizerunek oraz atrakcyjny obraz swojej działalności.
9. **Osoby prywatne** – osoby chcące budować swój osobisty wizerunek, np. w mediach społecznościowych lub w celu znalezienia pracy.
10. **Usługa skierowana jest również do uczestników innych projektów.**

Minimalna liczba uczestników

10

Maksymalna liczba uczestników

30

Data zakończenia rekrutacji

26-10-2025

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

Cel

Cel edukacyjny

Usługa potwierdza przygotowanie do kreowania pozytywnego i atrakcyjnego wizerunku organizacji jako pracodawcy, a także budowania i zarządzania wizerunkiem firmy w przestrzeni publicznej i w mediach społecznościowych. Uczestnicy zdobywają wiedzę oraz praktyczne umiejętności pozwalające na tworzenie spójnego i profesjonalnego wizerunku pracodawcy oraz efektywne prowadzenie działań wizerunkowych w różnych kanałach komunikacji, w tym w Internecie i social mediach.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda 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 symulowanych
	charakteryzuje typy odbiorców wizerunku pracodawcy	Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	opisuje znaczenie wizerunku zewnętrznego i wewnętrznego pracodawcy	Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
	wymienia korzyści dla organizacji wynikające z budowy jej wizerunku jako pracodawcy	Obserwacja w warunkach symulowanych
		Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach symulowanych
		Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach symulowanych
		Test teoretyczny
	wskazuje możliwe błędy związane z realizacją działań w zakresie kształtowania wewnętrznego i zewnętrznego wizerunku pracodawcy	Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach symulowanych
		Test teoretyczny
	wskazuje zasady skutecznego prowadzenia działań employer brandingowych	Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Opisuje istotę działań employer brandingowych	wyjaśnia pojęcie employer brandingu	Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach symulowanych
		Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	wskazuje cele stosowania działań employer brandingowych	Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	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 symulowanych
		Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach symulowanych
		Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	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 symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
	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	Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach symulowanych
Identyfikuje informacje na temat wizerunku pracodawcy	wymienia i charakteryzuje źródła pozyskiwania informacji o wizerunku zewnętrznym i wewnętrznym pracodawcy	Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	dobiera zakres i sposób pozyskiwania informacji o wizerunku pracodawcy z wybranych źródeł	Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	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)	Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach symulowanych

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

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
		Wywiad ustrukturyzowany
	na podstawie zbioru danych tworzy analizę porównawczą dotyczącą zbieżności i rozbieżności między oczekiwaniami organizacji w kwestii jej wizerunku a wnioskami wpływającymi ze zgromadzonych danych	Obserwacja w warunkach symulowanych
		Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	przygotowuje zalecenia dotyczące kierunków budowy wizerunku zewnętrznego i wewnętrznego	Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Określa sposób realizacji celów wizerunkowych	dobiera kanały komunikacji do zaplanowanych kierunków działań wizerunkowych	Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach symulowanych
		Test teoretyczny
	dobiera po 3 działania do wskazanych 2 celów wizerunkowych związanych z poprawą wizerunku pracodawcy, pozwalających na osiągnięcie tych celów	Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach symulowanych
		Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
	identyfikuje warunki prawne konieczne do uwzględnienia w planowanych działaniach wizerunkowych (np. RODO, przepisy prawa autorskiego)	Obserwacja w warunkach symulowanych
	dobiera narzędzia do zaplanowanych działań wizerunkowych (np. artykuły w prasie, w Internecie, wywiady w mediach lokalnych)	Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach symulowanych

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

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 symulowanych
		Test teoretyczny
	dobiera 4 przykładowe wskaźniki oceny satysfakcji pracowników	Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach symulowanych
		Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
	formułuje 4 rodzaje pytań do przykładowego wskaźnika oceny satysfakcji pracowników	Obserwacja w warunkach symulowanych
		Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	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 symulowanych
		Test teoretyczny
	na podstawie przykładowego opisu systemu motywacyjnego proponuje nowe motyvatory pozapłacowe	Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach symulowanych
		Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
	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	Obserwacja w warunkach symulowanych
		Test teoretyczny

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 symulowanych
		Test teoretyczny
	przygotowuje opis działalności pracodawcy na potrzeby publikacji w Internecie (np. na portal pracy, wpis w mediach społecznościowych, itp.)	Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	w oparciu o cele wizerunkowe opracowuje hasło wizerunkowe promujące organizację jako dobrego pracodawcę	Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	dobiera grafikę do wzmocnienia treści promujących wizerunek pracodawcy	Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach symulowanych

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 symulowanych
		Test teoretyczny
	projektuje 4 kryteria oceny skuteczności działań wizerunkowych	Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	dobiera i uzasadnia wybór narzędzi niezbędnych do mierzenia efektów działań wizerunkowych	Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	opracowuje harmonogram prowadzenia działań monitorujących wdrażanie strategii wizerunkowej	Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach symulowanych

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 symulowanych
		Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	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
	modyfikuje harmonogram dystrybucji materiałów wizerunkowych	Obserwacja w warunkach symulowanych
		Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach symulowanych

Kwalifikacje

Kwalifikacje zarejestrowane w Zintegrowanym Rejestrze Kwalifikacji

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

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. Jak budować profil w mediach społecznościowych c.d.?
2. Tworzenie angażujących treści pisanych dla mediów społecznościowych
3. Podstawy video content marketingu
4. Praktyczne warsztaty z tworzenia treści video – użycie aplikacji CapCut, Captions i OpenAI

Dzień 3:

1. Strategie dystrybucji treści na różnych platformach społecznościowych.
2. Zaawansowane techniki tworzenia treści w mediach społecznościowych
3. Wykorzystanie sztucznej inteligencji w marketingu społecznościowym.
4. Analiza danych i mierzenie skuteczności działań marketingowych
5. 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 4 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.

Usługa jest dostępna dla wszystkich osób zainteresowanych tematyką budowania wizerunku pracodawcy, bez konieczności posiadania wcześniejszej wiedzy czy doświadczenia w tym zakresie.

Walidacja efektów uczenia się odbywa się przed komisją dwuosobową i obejmuje dwie części: część teoretyczną w formie testu wiedzy, część praktyczną, polegającą na obserwacji uczestnika w warunkach symulowanych (symulacja) z uwzględnieniem case study, uzupełnioną rozmową z komisją (wywiadem ustrukturyzowanym).

Podział godzin:

Teoria: 21 h dydaktycznych = 15 godzin 45 minut czasu zegarowego

Praktyka: 11 h dydaktycznych = 8 godzin 15 minut czasu zegarowego

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 36

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 36 Wprowadzenie do mediów społecznościowych i ich roli w budowaniu marki	Anna Oszajca	27-10-2025	09:00	10:30	01:30
2 z 36 Przerwa	Anna Oszajca	27-10-2025	10:30	10:50	00:20
3 z 36 Twoja nisza rynkowa. Analiza marki, zasobów i potencjału	Anna Oszajca	27-10-2025	10:50	12:20	01:30
4 z 36 Przerwa	Anna Oszajca	27-10-2025	12:20	12:40	00:20
5 z 36 Twoja nisza rynkowa (cd.)	Anna Oszajca	27-10-2025	12:40	14:10	01:30
6 z 36 Przerwa obiadowa	Anna Oszajca	27-10-2025	14:10	15:10	01:00
7 z 36 Wybór grupy docelowej	Anna Oszajca	27-10-2025	15:10	16:10	01:00
8 z 36 Przerwa	Anna Oszajca	27-10-2025	16:10	16:30	00:20
9 z 36 Jak budować profil w mediach społecznościowych? (cd.)	Anna Oszajca	28-10-2025	09:00	10:30	01:30
10 z 36 Przerwa	Anna Oszajca	28-10-2025	10:30	10:50	00:20
11 z 36 Tworzenie angażujących treści pisanych dla mediów społecznościowych	Anna Oszajca	28-10-2025	10:50	12:20	01:30
12 z 36 Przerwa	Anna Oszajca	28-10-2025	12:20	12:40	00:20
13 z 36 Podstawy wideo content marketingu	Anna Oszajca	28-10-2025	12:40	14:10	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
14 z 36 Przerwa obiadowa	Anna Oszajca	28-10-2025	14:10	15:10	01:00
15 z 36 Warsztaty praktyczne: CapCut, Captions, OpenAI	Anna Oszajca	28-10-2025	15:10	16:10	01:00
16 z 36 Przerwa	Anna Oszajca	28-10-2025	16:10	16:30	00:20
17 z 36 Jak budować profil w mediach społecznościowych? (wprowadzenie)	Anna Oszajca	28-10-2025	16:30	17:00	00:30
18 z 36 Warsztaty praktyczne (cd.)	Anna Oszajca	28-10-2025	16:30	17:00	00:30
19 z 36 Strategie dystrybucji treści	Anna Oszajca	29-10-2025	09:00	10:30	01:30
20 z 36 Przerwa	Anna Oszajca	29-10-2025	10:30	10:50	00:20
21 z 36 Zaawansowane techniki tworzenia treści	Anna Oszajca	29-10-2025	10:50	12:20	01:30
22 z 36 Przerwa	Anna Oszajca	29-10-2025	12:20	12:40	00:20
23 z 36 Wykorzystanie sztucznej inteligencji w marketingu	Anna Oszajca	29-10-2025	12:40	14:10	01:30
24 z 36 Przerwa obiadowa	Anna Oszajca	29-10-2025	14:10	15:10	01:00
25 z 36 Analiza danych i mierzenie skuteczności	Anna Oszajca	29-10-2025	15:10	16:10	01:00
26 z 36 Przerwa	Anna Oszajca	29-10-2025	16:10	16:30	00:20

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
27 z 36 Zarządzanie kryzysowe	Anna Oszajca	29-10-2025	16:30	17:00	00:30
28 z 36 Budowanie i zarządzanie społecznością online	Anna Oszajca	30-10-2025	09:00	10:30	01:30
29 z 36 Przerwa	Anna Oszajca	30-10-2025	10:30	10:50	00:20
30 z 36 Techniki angażowania odbiorców	Anna Oszajca	30-10-2025	10:50	12:20	01:30
31 z 36 Przerwa	Anna Oszajca	30-10-2025	12:20	12:40	00:20
32 z 36 Przygotowanie planu marketingowego	Anna Oszajca	30-10-2025	12:40	14:10	01:30
33 z 36 Przerwa obiadowa	Anna Oszajca	30-10-2025	14:10	15:10	01:00
34 z 36 Rozmowa + symulacja (walidacja ZRK)	-	30-10-2025	15:10	16:10	01:00
35 z 36 Przerwa	Anna Oszajca	30-10-2025	16:10	16:30	00:20
36 z 36 Test wiedzy (walidacja ZRK)	-	30-10-2025	16:30	17:00	00:30

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 strategię 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

W czasie szkolenia uczestnicy otrzymają skrypt szkoleniowy.

Usługa rozwojowa nie jest świadczona przez podmiot pełniący funkcję Operatora lub Partnera Operatora w danym projekcie PSF lub w którymkolwiek Regionalnym Programie lub FERS albo przez podmiot powiązany z Operatorem lub Partnerem kapitałowo lub osobowo. Usługa rozwojowa nie jest świadczona przez podmiot będący jednocześnie podmiotem korzystającym z usług rozwojowych o zbliżonej tematyce w ramach danego projektu. Usługa rozwojowa nie obejmuje wzajemnego świadczenia usług w projekcie o zbliżonej tematyce przez Dostawców usług, którzy delegują na usługi siebie oraz swoich pracowników i korzystają z dofinansowania, a następnie świadczą

usługi w zakresie tej samej tematyki dla Przedsiębiorcy, który wcześniej występował w roli Dostawcy tych usług. Cena usługi nie obejmuje kosztów niezwiązanych bezpośrednio z usługą rozwojową, w szczególności kosztów środków trwałych przekazywanych Przedsiębiorcom lub Pracownikom przedsiębiorcy, kosztów dojazdu i zakwaterowania.

Informacje dodatkowe

Miejsce szkolenia: Hotel Ruben, al. Konstytucji 3 Maja 1a, 65-805

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%.

Walidacja efektów uczenia się odbywa się przed komisją dwuosobową i składa się z części teoretycznej (test wiedzy) oraz części praktycznej, obejmującej obserwację w warunkach symulowanych (symulacja) z uwzględnieniem case study, uzupełnioną rozmową z komisją (wywiadem ustrukturyzowanym).

Możliwość zastosowania zwolnienia z podatku VAT dla Uczestników, których poziom dofinansowania wynosi co najmniej 70% (na podstawie § 3 ust. 1 pkt 14 Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20 grudnia 2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień (tekst jednolity Dz.U. z 2020 r., poz. 19

Adres

ul. Aleja Konstytucji 3 Maja 5
65-805 Zielona Góra
woj. lubuskie

Miejsce szkolenia: Hotel Ruben, al. Konstytucji 3 Maja 1a, 65-805

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 Puljan

E-mail karolina.puljan@kjscapital.pl

Telefon (+48) 690 636 058