



UNICO SP. Z O.O.

★★★★★ 4,9 / 5

319 ocen

Unico Marketing: Komunikacja i PR. Szkolenie z budowania wizerunku marki, reagowania kryzysowego i współpracy z mediami

Numer usługi 2025/10/23/160223/3101411

📍 Poznań / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 40 h

📅 02.02.2026 do 05.02.2026

5 650,00 PLN brutto

5 650,00 PLN netto

141,25 PLN brutto/h

141,25 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Grupa docelowa usługi	Szkolenie jest przeznaczone dla specjalistów i menedżerów działów marketingu, PR i komunikacji, właścicieli firm budujących wizerunek marki, rzeczników prasowych, a także osób odpowiedzialnych za kontakt z mediami i zarządzanie sytuacjami kryzysowymi. Będzie również przydatne dla freelancerów oraz przedstawicieli organizacji, którzy chcą świadomie kształtować przekaz medialny i wzmacniać swoją pozycję ekspercką w przestrzeni publicznej.
Minimalna liczba uczestników	1
Maksymalna liczba uczestników	6
Data zakończenia rekrutacji	01-02-2026
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	40
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Certyfikat systemu zarządzania jakością wg. ISO 9001:2015 (PN-EN ISO 9001:2015) - w zakresie usług szkoleniowych

Cel

Cel edukacyjny

Szkolenie przygotowuje uczestników do samodzielnego i skutecznego prowadzenia komunikacji marki z wykorzystaniem narzędzi Public Relations, w tym budowania wizerunku eksperckiego, współpracy z mediami oraz reagowania w sytuacjach kryzysowych. Usługa prowadzi do strategicznego planowania działań komunikacyjnych,

redagowania informacji prasowych i organizowania wydarzeń medialnych, a także do praktycznego stosowania zasad komunikacji kryzysowej.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Stosuje zasady komunikacji strategicznej w działaniach PR	– rozpoznaje i definiuje filary komunikacji marki	Wywiad ustrukturyzowany
	– wskazuje różnice między tożsamością, reputacją i emocjami w komunikacji	Wywiad ustrukturyzowany
	– klasyfikuje typy komunikatów do odpowiednich kanałów komunikacyjnych	Wywiad ustrukturyzowany
Stosuje zasady komunikacji kryzysowej w praktyce	– identyfikuje elementy modelu 5P w komunikacji kryzysowej	Wywiad ustrukturyzowany
	– rozróżnia role i zadania lidera oraz rzecznika w sytuacjach kryzysowych	Wywiad ustrukturyzowany
	– dopasowuje odpowiednie działania do różnych typów sytuacji kryzysowych	Wywiad ustrukturyzowany
Redaguje materiały prasowe zgodne z zasadami Media Relations	– opisuje elementy poprawnej informacji prasowej	Wywiad ustrukturyzowany
	– wymienia techniki skutecznego pitchingu do redakcji	Wywiad ustrukturyzowany
	– wybiera właściwą strukturę tekstu do różnych typów mediów	Wywiad ustrukturyzowany
Planuje i ocenia działania wizerunkowe podczas wydarzeń PR	– określa etapy organizacji konferencji prasowej	Wywiad ustrukturyzowany
	– omawia zasady skutecznych wystąpień publicznych	Wywiad ustrukturyzowany
	– ocenia wpływ stylu komunikacji i mowy ciała na odbiór przekazu	Wywiad ustrukturyzowany

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

DZIEŃ 1: FUNDAMENTY STRATEGICZNEJ KOMUNIKACJI

Cele: zrozumienie istoty komunikacji marki i wizerunku

- Czym jest komunikacja korporacyjna i PR w praktyce
- Filary komunikacji marki (tożsamość – reputacja – emocje)
- Jak tworzyć spójne komunikaty w różnych kanałach

Ćwiczenia:

- Audyt komunikacyjny własnej firmy lub przykładowej marki
- Tworzenie mapy interesariuszy

DZIEŃ 2: KOMUNIKACJA KRYZYSOWA

Cele: reagowanie w sytuacjach nagłych i ochrona reputacji

- Czym jest kryzys i jak go przewidzieć
- Zasady skutecznej komunikacji kryzysowej (model 5P)
- Rola lidera i rzecznika w kryzysie

Ćwiczenia:

- Symulacja kryzysu medialnego (negatywny post w social media)
- Tworzenie oświadczenia prasowego i planu reakcji

Case study:

- Kryzysy wizerunkowe marek L'Oréal, Nestlé, Beiersdorf

DZIEŃ 3: RELACJE Z MEDIAMI I STORYTELLING

Cele: skuteczna współpraca z dziennikarzami i tworzenie narracji marki

- Media Relations w praktyce
- Jak pisać materiały prasowe, które zainteresują media
- Storytelling jako narzędzie PR

Ćwiczenia:

- Tworzenie informacji prasowej i pitching do redakcji
- Warsztat: historia marki w 3 aktach

DZIEŃ 4: KONFERENCJE, EVENTY I WYSTĄPIENIA PUBLICZNE

Cele: profesjonalna organizacja wydarzeń i prezentacja marki

- Jak zaplanować konferencję prasową i event PR
- Jak występować przed kamerą i publicznością
- Jak budować wizerunek eksperta

Ćwiczenia:

- Symulacja wystąpienia przed mediami
- Feedback 360° – styl komunikacji i mowa ciała

Podsumowanie szkolenia

Walidacja efektów uczenia się

- Szkolenie prowadzone jest w sposób indywidualny lub w grupach do 6 osób
- Uczestnik posiada samodzielne stanowisko pracy.
- Warunkiem koniecznym do osiągnięcia celu szkolenia jest 100% frekwencja oraz zaangażowanie Uczestnika.
- Usługa realizowana jest w 40 godzinach dydaktycznych (godzina dydaktyczna = 45 minut).
- Metoda weryfikacji obecności Uczestnika: lista obecności.
- Zajęcia praktyczne: 6 godzin dydaktycznych / zajęcia teoretyczne: 34 godzin dydaktycznych
- Przerwy nie wliczają się do godzin usługi.
- Podany termin szkolenia ma charakter orientacyjny. Po zapisie termin zostanie uzgodniony, aby jak najlepiej dopasować się do potrzeb uczestnika.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 26

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 26 Dzień 1. Moduł 1. Komunikacja korporacyjna i PR (teoria)	Katarzyna Singh	02-02-2026	09:00	10:45	01:45
2 z 26 Dzień 1. Moduł 2. Filary komunikacji marki (teoria)	Katarzyna Singh	02-02-2026	10:45	12:30	01:45
3 z 26 Dzień 1. Przerwa	Katarzyna Singh	02-02-2026	12:30	13:30	01:00
4 z 26 Dzień 1. Moduł 3. Jak tworzyć spójne komunikaty w różnych kanałach (teoria)	Katarzyna Singh	02-02-2026	13:30	16:30	03:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
5 z 26 Dzień 1. Ćwiczenie: Audyt komunikacyjny (praktyka)	Katarzyna Singh	02-02-2026	16:30	17:00	00:30
6 z 26 Dzień 1. Ćwiczenie: Mapa interesariuszy (praktyka)	Katarzyna Singh	02-02-2026	17:00	17:30	00:30
7 z 26 Dzień 2. Moduł 1. Rozpoznawanie kryzysów (teoria)	Katarzyna Singh	03-02-2026	09:00	10:45	01:45
8 z 26 Dzień 2. Moduł 2. Model 5P w komunikacji kryzysowej (teoria)	Katarzyna Singh	03-02-2026	10:45	12:30	01:45
9 z 26 Dzień 2. Przerwa	Katarzyna Singh	03-02-2026	12:30	13:30	01:00
10 z 26 Dzień 2. Moduł 3. Rola lidera i rzecznika w kryzysie (teoria)	Katarzyna Singh	03-02-2026	13:30	16:00	02:30
11 z 26 Dzień 2. Ćwiczenie: Symulacja kryzysu (praktyka)	Katarzyna Singh	03-02-2026	16:00	16:30	00:30
12 z 26 Dzień 2. Ćwiczenie: Tworzenie oświadczenia prasowego (praktyka)	Katarzyna Singh	03-02-2026	16:30	17:00	00:30
13 z 26 Dzień 2. Case study: Kryzysy znanych marek (teoria)	Katarzyna Singh	03-02-2026	17:00	17:30	00:30
14 z 26 Dzień 3. Moduł 1. Zasady współpracy z mediami (teoria)	Katarzyna Singh	04-02-2026	09:00	10:45	01:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
15 z 26 Dzień 3. Moduł 2. Redagowanie informacji prasowej (teoria)	Katarzyna Singh	04-02-2026	10:45	12:30	01:45
16 z 26 Dzień 3. Przerwa	Katarzyna Singh	04-02-2026	12:30	13:30	01:00
17 z 26 Dzień 3. Moduł 3. Storytelling jako narzędzie PR (teoria)	Katarzyna Singh	04-02-2026	13:30	16:30	03:00
18 z 26 Dzień 3. Ćwiczenie: Informacja prasowa i pitching (praktyka)	Katarzyna Singh	04-02-2026	16:30	17:00	00:30
19 z 26 Dzień 3. Ćwiczenie: Historia marki w 3 aktach (praktyka)	Katarzyna Singh	04-02-2026	17:00	17:30	00:30
20 z 26 Dzień 4. Moduł 1. Planowanie wydarzeń PR (teoria)	Katarzyna Singh	05-02-2026	09:00	10:45	01:45
21 z 26 Dzień 4. Moduł 2. Wystąpienia publiczne i przed kamerą (teoria)	Katarzyna Singh	05-02-2026	10:45	12:30	01:45
22 z 26 Dzień 4. Przerwa	Katarzyna Singh	05-02-2026	12:30	13:30	01:00
23 z 26 Dzień 4. Moduł 3. Wizerunek eksperta (teoria)	Katarzyna Singh	05-02-2026	13:30	15:15	01:45
24 z 26 Dzień 4. Ćwiczenie: Symulacja wystąpienia (praktyka)	Katarzyna Singh	05-02-2026	15:15	16:00	00:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
25 z 26 Dzień 4. Ćwiczenie: Feedback 360° (praktyka)	Katarzyna Singh	05-02-2026	16:00	16:45	00:45
26 z 26 Dzień 4. Walidacja efektów uczenia się	-	05-02-2026	16:45	17:30	00:45

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 650,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 650,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	141,25 PLN
Koszt osobogodziny netto	141,25 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Katarzyna Singh

Ekspertka w dziedzinie strategii marketingowej, budowania marki oraz komunikacji wizerunkowej, z ponad piętnastoletnim doświadczeniem w międzynarodowych strukturach korporacyjnych oraz w prowadzeniu własnej marki produktowej.

Od 2023 roku prowadzi autorską markę So Me Biżuteria, łączącą pasję do designu z praktycznym wykorzystaniem strategii marketingowych i narzędzi komunikacji online. W ciągu ostatnich 5 lat rozwijała kompetencje w zakresie strategicznego zarządzania marką, digital marketingu, storytellingu w sprzedaży oraz wdrażania skutecznych kampanii w mediach społecznościowych w firmie Beiersdorf Polska (marka NIVEA), gdzie pełniła funkcje Communication Managera, CSR & PR Managera oraz Brand Managera. Odpowiadała m.in. za budowanie wizerunku marki, planowanie i realizację kampanii 360°, komunikację z mediami oraz działania z obszaru społecznej odpowiedzialności biznesu.

Swoją ścieżkę zawodową rozpoczęła w Hochland Polska Sp. z o.o., gdzie jako Junior Brand Manager zdobyła praktyczne doświadczenie w zarządzaniu kategorią i wdrażaniu nowych produktów na rynek FMCG.

Obecnie łączy doświadczenie korporacyjne z przedsiębiorczością, prowadząc szkolenia z zakresu budowania strategii marki, komunikacji marketingowej i sprzedaży w oparciu o autentyczność oraz spójny wizerunek firmy.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnik otrzymuje materiały szkoleniowe przygotowane przez Unico Sp. z o.o.

Warunki uczestnictwa

Termin szkolenia: Podany termin szkolenia ma charakter orientacyjny. Po zapisie termin zostanie uzgodniony, aby jak najlepiej dopasować się do potrzeb uczestnika.

Jeżeli złożyłeś wniosek u Operatora, ale nie zapisałeś się na usługę, skontaktuj się z nami w celu rezerwacji. Bez wstępnej informacji nie dajemy gwarancji miejsca na usłudze.

Informacje dodatkowe

Unico Sp. z o.o. zapewnia salę szkoleniową z osobnymi stanowiskami dla każdego Uczestnika. Sale są dostosowane do wymogów sanitarno-epidemiologicznych oraz wymogów BHP. Każde szkolenie w Unico jest ubezpieczone.

Usługa szkoleniowa jest zwolniona z podatku VAT, pod warunkiem że dofinansowanie pokrywa co najmniej 70% kosztów szkolenia. W przypadku mniejszego wsparcia finansowego, do ceny netto usługi dodawany jest podatek VAT w wysokości 23%.

Przepis na podstawie którego stosowane jest zwolnienie od podatku: Zwolnienie z podatku VAT 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 2025 r. poz. 832).

Adres

ul. Elżbiety Drużbackiej 1A/1
60-745 Poznań
woj. wielkopolskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Wi-fi
- Laboratorium komputerowe

Kontakt



Rafał Lisser

E-mail kontakt@unico.org.pl

Telefon (+48) 724 787 771