



Alter Szkolenia
Agnieszka Bannach

★★★★★ 5,0 / 5

16 ocen

Marketing i PR dla NGO – praktyczne narzędzia promocji i skutecznej komunikacji

Numer usługi 2026/02/05/151614/3311485

- 📍 Dymaczewo Nowe
- 🏠 Usługa szkoleniowa
- 📅 stacjonarna
- 🕒 27:00 h
- 📅 05.06.2026 do 07.06.2026

4 800,00 PLN brutto
4 800,00 PLN netto
177,78 PLN brutto/h
177,78 PLN netto/h
250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Grupa docelowa usługi	<p>Szkolenie skierowane jest do członków organizacji pozarządowych oraz innych osób zaangażowanych w działalność społeczną i projektową, które chcą skuteczniej promować swoje inicjatywy, budować rozpoznawalność marki oraz prowadzić komunikację w mediach społecznościowych i z mediami.</p> <p>Adresatami są także osoby odpowiedzialne za social media, komunikację, kontakty z mediami, organizację wydarzeń oraz promocję działań organizacji studenckich i młodzieżowych.</p>
Minimalna liczba uczestników	5
Maksymalna liczba uczestników	15
Data zakończenia rekrutacji	04-06-2026
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	27
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Certyfikat VCC Akademia Edukacyjna

Cel

Cel edukacyjny

Celem szkolenia jest rozwój kompetencji uczestników w zakresie marketingu i komunikacji organizacji NGO. Uczestnicy poznają zasady budowania marki, projektowania skutecznych treści do mediów społecznościowych, tworzenia strategii komunikacji oraz współpracy z mediami. Nauczą się planować działania promocyjne, rozumieć potrzeby odbiorców oraz stosować narzędzia marketingowe i PR-owe dostosowane do realiów organizacji działających w trzecim sektorze.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik wyjaśnia, czym jest marketing w trzecim sektorze oraz jakie elementy budują markę organizacji.	Definiuje pojęcie marketingu organizacji pozarządowej, wymienia elementy marki organizacji, rozróżnia cele komunikacyjne i marketingowe.	Test teoretyczny
Uczestnik opisuje proces budowania strategii komunikacji i jej kluczowe elementy.	Wskazuje elementy strategii komunikacji, opisuje sposób ustalania grup docelowych, wymienia wyróżniki marki.	Test teoretyczny
Uczestnik charakteryzuje zasady prowadzenia social mediów dla organizacji studenckiej.	Wymienia dobre praktyki prowadzenia Facebooka, Instagrama i TikToka, opisuje czynniki wpływające na algorytmy platform, wskazuje elementy atrakcyjnej, angażującej treści.	Test teoretyczny
Uczestnik opisuje zasady tworzenia krótkich materiałów wideo oraz nagrań mobilnych.	Wymienia elementy skutecznego wideo, charakteryzuje zasady nagrywania telefonem.	Test teoretyczny
Uczestnik opisuje podstawowe narzędzia i zasady współpracy z mediami.	Wskazuje elementy biura prasowego, opisuje dobre praktyki przygotowania press packu, wymienia zasady kontaktu z dziennikarzami i procedury autoryzacyjne.	Test teoretyczny
Uczestnik wyjaśnia, jak wygląda model reakcji na trudne sytuacje wizerunkowe.	Wymienia etapy reakcji na kryzys wizerunkowy, rozpoznaje typowe błędy komunikacyjne, opisuje różnice między mediami lokalnymi a ogólnopolskimi w kontekście kryzysu.	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

Szkolenie realizowane jest w godzinach dydaktycznych. W trakcie szkolenia odbędą się przerwy.

Dodatkowo szkolenie będzie realizowane z wykorzystaniem różnorodnych metod aktywizujących, obejmujących: warsztaty grupowe, pracę na realnych problemach uczestników, analizę studium przypadku, dyskusje moderowane, sesje pytań i odpowiedzi, ćwiczenia praktyczne, burze mózgów, odgrywanie ról.

Podstawy marketingu i komunikacji NGO

1. Wprowadzenie

- po co NGO marketing?
- charakterystyka komunikacji NGO vs komercyjnej
- jak określić cele komunikacji?

2. Marka organizacji pozarządowej

- elementy marki: misja, wartości, osobowość
- jak odróżnić się od innych organizacji?
- czego oczekują odbiorcy?

3. Budowanie strategii komunikacji

- model: cel → odbiorca → przekaz → narzędzia
- wyróżniki marki i ich rola w promocji działań
- dlaczego organizacje nie potrzebują 50-stron planu komunikacji?
- tworzenie prostego modelu strategii (One Page Strategy)

4. Planowanie komunikacji

- roczny cykl komunikacji organizacji pozarządowej
- plan operacyjny treści miesiąc po miesiącu
- narzędzia do planowania: darmowe i dostępne dla NGO

5. Komunikacja zespołowa

- jak stworzyć mini zespół komunikacji?
- praca pod presją czasu i działania „na szybko”

Social media: praktyczne narzędzia i skuteczne treści

1. Social media bez tajemnic

- język organizacji – formalnie czy „po ludzku”?
- jak pisać krótkie treści, które ludzie czytają

- storytelling w NGO

2. Algorytmy – jak działają naprawdę

- co lubi Facebook, Instagram, TikTok?
- jak zwiększać zasięgi organiczne?
- co szkodzi widoczności posta?

3. Praktyczne prowadzenie social mediów

- rodzaje treści i ich funkcje
- jak reagować na komentarze i hejterskie wpisy?
- różnice między platformami – co gdzie działa?

4. Wideo dla social mediów

- pierwsze 5 sekund – klucz do sukcesu
- tempo, język, autentyczność
- jak nagrywać telefonem: światło, dźwięk, kadrowanie

PR, media i komunikacja kryzysowa

1. Podstawy PR organizacji pozarządowej

- rola PR w budowaniu wizerunku
- różnica między marketingiem a PR

2. Biuro prasowe od zera

- jakie materiały powinna mieć organizacja?
- baza mediów i jak ją regularnie aktualizować
- press pack, komunikat prasowy, notka

3. Współpraca z dziennikarzami

- jak kontaktować się z reporterami?
- umawianie wywiadów, autoryzacje, dobre praktyki
- jak odpowiadać na trudne pytania?

4. Media lokalne vs ogólnopolskie

- różnice interesów i potrzeb
- jak dostosować komunikat?

5. Komunikacja kryzysowa

- co robić w pierwszej godzinie kryzysu
- najczęstsze błędy
- szybkie procedury antykryzysowe
- jak chronić reputację organizacji?

6. Podsumowanie

Walidacja - zostanie przeprowadzona w formie testu teoretycznego bazującego na pytaniach zamkniętych.

Walidacja zostanie przeprowadzona w formie testu teoretycznego weryfikującego stopień osiągnięcia efektów uczenia się. Test składać się będzie z pytań zamkniętych jednokrotnego wyboru. Pytania obejmują wszystkie obszary merytoryczne szkolenia. Test trwa 30 minut i zawiera min. 20 pytań, z których każde odnosi się do konkretnych kryteriów weryfikacji. Warunkiem pozytywnego zaliczenia walidacji jest uzyskanie minimum 60% poprawnych odpowiedzi.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 15

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 15 Wprowadzenie	Dominika Chylewska	05-06-2026	09:15	09:30	00:15
2 z 15 Marka organizacji pozarządowej	Dominika Chylewska	05-06-2026	09:30	11:00	01:30
3 z 15 Budowanie strategii komunikacji	Dominika Chylewska	05-06-2026	11:00	13:00	02:00
4 z 15 Planowanie komunikacji	Dominika Chylewska	05-06-2026	13:30	15:30	02:00
5 z 15 Komunikacja zespołowa	Dominika Chylewska	05-06-2026	15:30	16:30	01:00
6 z 15 Social media bez tajemnic	Dominika Chylewska	06-06-2026	09:30	11:30	02:00
7 z 15 Algorytmy – jak działają naprawdę	Dominika Chylewska	06-06-2026	11:30	12:30	01:00
8 z 15 Praktyczne prowadzenie social mediów	Dominika Chylewska	06-06-2026	13:00	15:00	02:00
9 z 15 Wideo dla social mediów	Dominika Chylewska	06-06-2026	15:00	17:00	02:00
10 z 15 Podstawy PR organizacji pozarządowej	Dominika Chylewska	07-06-2026	09:30	10:30	01:00
11 z 15 Biuro prasowe od zera	Dominika Chylewska	07-06-2026	10:30	11:30	01:00
12 z 15 Współpraca z dziennikarzami	Dominika Chylewska	07-06-2026	11:30	12:30	01:00

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
13 z 15 Media lokalne vs ogólnopolskie	Dominika Chylewska	07-06-2026	12:30	13:30	01:00
14 z 15 Komunikacja kryzysowa	Dominika Chylewska	07-06-2026	14:00	16:00	02:00
15 z 15 Walidacja	-	07-06-2026	16:00	16:30	00:30

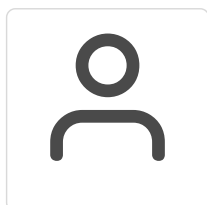
Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	4 800,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	4 800,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	177,78 PLN
Koszt osobogodziny netto	177,78 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Dominika Chylewska

10 lat doświadczenia w strategiach komunikacji i promocji marek oraz działaniach public relations.

W latach 2020-2025 działała w Caritas Polska m.in. prowadząc dział komunikacji największej organizacji pomocowej w Polsce. W tym czasie organizacja ta dwukrotnie zdobyła nagrodę TOP MARKA (2022, 2023) magazynu „Press” i PSMM Monitoring & More. Przez wiele lat rzecznik prasowy & koordynator promocji Spotkań Młodych LEDNICA 2000.

Doświadczenie zdobywała obsługując międzynarodowe media podczas kryzysu na granicy polsko-białoruskiej, po wybuchu wojny w Ukrainie czy prowadząc rzeczniczą komunikację w kontekście Strefy Gazy, Syrii czy Etiopii. Opowiada o kryzysach humanitarnych i pomaganiu, nieustannie szuka sposobów, by dobry przekaz znalazł swoje miejsce w mediach. Jako ekspert doradza w zakresie PR-u, współpracy z mediami, strategii komunikacji i social mediów., szczególnie organizacją pozarządowym.

Szkoli zespoły w formule warsztatowej, z wyraźnym naciskiem na praktykę: realne case'y, ćwiczenia i symulacje sytuacji medialnych. Jej celem jest to, by uczestnicy wychodzili ze szkoleń z konkretnymi narzędziami i umiejętnościami gotowymi do natychmiastowego wykorzystania w pracy.

Prywatnie - autorka książki "Paprodziad", pasjonatka prowadzenia warsztatów i pracy z ludźmi, jak również tańca Lindy Hop.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy szkolenia otrzymają komplet materiałów w formie elektronicznej, które będą dostępne po szkoleniu.

Uczestnicy otrzymają zaświadczenia potwierdzające ukończenie szkolenia.

Metody interaktywne i aktywizujące prowadzenia usługi:

- **Warsztaty problemowe** – uczestnicy w małych grupach opracowują rozwiązania
- **Studia przypadków (case study)** – analiza rzeczywistych sytuacji negocjacyjnych
- **Burza mózgów** – generowanie pomysłów
- **Symulacje decyzyjne** – odgrywanie ról
- **Dyskusja moderowana** – pogłębiona wymiana doświadczeń i opinii z aktywnym udziałem trenera.

Informacje dodatkowe

W harmonogramie zostały uwzględnione 30 min. przerwy, które nie wliczają się w czas szkolenia.

Warunkiem dopuszczenia do walidacji jest minimalna frekwencja wynosząca 80% wszystkich godzin szkoleniowych.

Usługa zwolniona z VAT ze względu na Art. 113 ustawy z dnia 11 marca 2004 r. o podatku od towarów i usług (t.j. Dz.U. z 2023 r. poz. 1570 ze zm.)

Adres

ul. Pod Topolami 1
62-050 Dymaczewo Nowe
woj. wielkopolskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



AGNIESZKA BANNACH

E-mail agnieszka.bannach@gmail.com

Telefon (+48) 508 465 485