



Katarzyna
Olchowska

Brak ocen dla tego dostawcy

Szkolenie: "Wystąpienia publiczne i tworzenie contentu wideo jako narzędzia budowania marki i komunikacji marketingowej"

Numer usługi 2026/03/10/197052/3395235

📍 Elbląg / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 50 h

📅 25.03.2026 do 31.03.2026

12 350,00 PLN brutto

12 350,00 PLN netto

247,00 PLN brutto/h

247,00 PLN netto/h

187,50 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Grupa docelowa usługi	Właściciele firm, menedżerowie, pracownicy biura
Minimalna liczba uczestników	1
Maksymalna liczba uczestników	2
Data zakończenia rekrutacji	24-03-2026
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	50
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Certyfikat ICVC - SURE (Standard Usług Rozwojowych w Edukacji): Norma zarządzania jakością w zakresie świadczenia usług rozwojowych

Cel

Cel edukacyjny

Szkolenie rozwija kluczowe kompetencje komunikacyjne i marketingowe uczestników w zakresie wystąpień publicznych oraz tworzenia treści wideo wykorzystywanych w działaniach promocyjnych. Uczestnicy zdobędą wiedzę i umiejętności umożliwiające świadome budowanie przekazu, skuteczne prezentowanie swojej oferty oraz profesjonalne występowanie przed kamerą i publicznością.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Weryfikuje własnych potrzeb komunikacyjnych.	Weryfikuje swoje cele komunikacyjne i marketingowe oraz określa obszary do rozwoju.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Identyfikuje bariery w wystąpieniach publicznych i komunikacji przed kamerą.	Test teoretyczny
Przygotowuje wystąpienia publiczne.	Buduje logiczną strukturę wypowiedzi i jasno określa jej cel	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Dostosowuje treść wystąpienia do grupy odbiorców.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Skutecznie komunikuje się z odbiorcami.	Wykorzystuje techniki pracy z głosem, postawą i mową ciała.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Radzi sobie z treścią i stresem podczas wystąpień.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Wykorzystuje podstawy marketingu w komunikacji.	Określa cele marketingowe i komunikacyjne.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Dobiera przekaz do charakteru działalności.	Test teoretyczny
Tworzy spójny przekaz marketingowy.	Określa kluczowy komunikat i unikalną propozycję wartości.	Test teoretyczny
	Dbą o spójność komunikacji werbalnej i wizualnej.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Wykorzystuje content wideo w komunikacji.	Dobiera odpowiednie formaty wideo do celów komunikacyjnych.	Test teoretyczny
	Planuje materiały wideo pod konkretne kanały komunikacji.	Test teoretyczny
Tworzy treści wideo	Przygotowuje scenariusz wypowiedzi do nagrania wideo	Prezentacja
	Realizuje krótkie nagrania wideo z wykorzystaniem podstawowych zasad technicznych.	Prezentacja
Występuje przed kamerą.	Stosuje odpowiednią postawę, mimikę i modulację głosu.	Prezentacja
	Przekazuje treść w sposób naturalny i zrozumiały.	Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Planuje działania komunikacyjne z wykorzystaniem wideo.	Tworzy plan wykorzystania contentu wideo w działaniach promocyjnych.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Dopasowuje treści do wybranych kanałów komunikacji	Test teoretyczny
Monitoruje efekty działań komunikacyjnych.	Wskazuje podstawowe wskaźniki skuteczności komunikacji	Test teoretyczny
	Analizuje efekty własnych działań komunikacyjnych	Obserwacja w warunkach symulowanych

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

Program

Dzień 1

- Wypełnienie ankiety ewaluacyjnej.

Moduł 1: Kick-off Meeting

- Omówienie aktualnych działań komunikacyjnych i promocyjnych uczestników.

- Wprowadzenie do roli komunikacji i wideo w budowaniu wizerunku.

Moduł 2: Podstawy komunikacji i autoprezentacji

- Znaczenie wystąpień publicznych w działalności zawodowej i marketingowej.

- Podstawy pracy z głosem, postawą i mową ciała.

Moduł 3: Budowanie przekazu i struktury wypowiedzi

- Cele wystąpień publicznych i komunikacji marketingowej.
- Konstruowanie jasnego i logicznego przekazu.
- Storytelling jako narzędzie angażowania odbiorców.
- Dopasowanie komunikatu do różnych grup odbiorców.

Moduł 4: Praktyka wystąpień publicznych

- Przygotowanie krótkich wystąpień tematycznych.
- Ćwiczenia z prezentowania treści.

Dzień 2

Moduł 1: Podstawy marketingu i komunikacji marki

- Wprowadzenie do marketingu i marketingu treści.
- Autentyczność i wiarygodność w komunikacji.
- Najczęstsze błędy w komunikacji marketingowej.

Moduł 2: Strategiczne myślenie o komunikacji

- Określanie celów komunikacyjnych oraz dobór narzędzi i kanałów komunikacji.
- Planowanie działań promocyjnych.

Moduł 3: Content wideo w komunikacji marketingowej

- Rola wideo w działaniach promocyjnych.
- Rodzaje treści wideo i ich zastosowanie.
- Przykłady skutecznych formatów wideo.

Moduł 4: Przygotowanie do nagrań wideo

- Podstawy planowania materiałów wideo.
- Scenariusz, przekaz i struktura wypowiedzi.
- Podstawowe zasady kadru, światła i dźwięku

Dzień 3

Moduł 1: Wystąpienia przed kamerą

- Różnice między wystąpieniem na żywo a przed kamerą.
- Praca z głosem i mimiką w nagraniach wideo.
- Redukowanie stresu i tremy przed kamerą.

Moduł 2: Ćwiczenia praktyczne

- Nagrywanie krótkich wypowiedzi wideo.
- Analiza nagrań i omówienie mocnych stron.
- Indywidualne wskazówki rozwojowe.

Moduł 3: Tworzenie spójnego contentu wideo

- Planowanie cyklicznych treści wideo.

- Dopasowanie treści do kanałów komunikacji.
- Krótkie formy wideo w działaniach promocyjnych.

Dzień 4

Moduł 1: Optymalizacja i jakość przekazu

- Dostosowanie treści do odbiorców.
- Spójność komunikacji wizualnej i werbalnej.
- Praca nad własnymi materiałami uczestników.

Moduł 2: Wykorzystanie wystąpień i wideo w praktyce

- Łączenie wystąpień publicznych z działaniami marketingowymi.
- Budowanie długofalowych działań komunikacyjnych.
- Monitorowanie efektów działań komunikacyjnych.

Dzień 5

Moduł 1: Podsumowanie i ewaluacja

- Podsumowanie zdobytej wiedzy i umiejętności.
- Opracowanie indywidualnych kierunków dalszego rozwoju.
- Test podsumowujący
- Wypełnienie ankiety ewaluacyjnej po szkoleniu i zakończenie

Walidacja:

W trakcie szkolenia przeprowadzana będzie walidacja efektów uczenia się w formie testu teoretycznego zamkniętego, sprawdzającego wiedzę uczestników z zakresu wystąpień publicznych, podstaw marketingu oraz tworzenia i wykorzystania contentu wideo w komunikacji marketingowej.

Osoba walidująca dokona oceny po zakończeniu szkolenia, w oparciu o checklistę przygotowaną przez trenera, obejmującą kluczowe zagadnienia poruszane w trakcie realizacji usługi.

Dodatkowo, ocenie podlegać będzie umiejętność praktycznego wykorzystania zdobytej wiedzy w zakresie komunikacji i contentu wideo. Uczestnicy zostaną poproszeni o wskazanie w testach oraz zadaniach praktycznych, w jaki sposób planują wykorzystać wystąpienia publiczne oraz materiały wideo w swojej działalności zawodowej lub promocyjnej, z uwzględnieniem zasad spójnej i odpowiedzialnej komunikacji.

Warunki organizacyjne:

Szkolenie trwa 50 godz dydaktycznych czyli 37,5 godz zegarowe. Godzina dydaktyczna wynosi 45 minut. W każdym dniu szkolenia uwzględniona została minimum 15-minutowa przerwa, która jest wliczona w czas szkolenia. Część teoretyczna to 1 godz 15 min, pozostały czas to praca warsztatowa.

Niezbędny do przeprowadzenia szkolenia sprzęt zostanie dostarczony przez dostawcę usługi (kamera, komputer z oprogramowaniem do montażu nagrań, statyw, mikrofon)

W szkoleniu mogą uczestniczyć osoby nieposiadające wcześniejszego doświadczenia w zakresie wystąpień publicznych, marketingu ani tworzenia contentu wideo.

Usługa jest zwolniona z podatku Vat w przypadku dofinansowania na minimalnym poziomie 70%.

Zwolnienie podatkowe dla usług szkoleniowych sfinansowany ze środków publicznych co najmniej w 70% (art. 43 ust. 1 pkt 29 lit. c i ust. 17a ustawy o VAT oraz § 3 ust. 1 pkt 14 i ust. 8-9 rozporządzenia Ministra Finansów z 20.12.2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień).

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 50

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 50 Wypełnienie ankiety ewaluacyjnej	Aneta Kudlak	25-03-2026	08:00	08:15	00:15
2 z 50 Omówienie aktualnych działań komunikacyjnych i promocyjnych uczestników	Aneta Kudlak	25-03-2026	08:15	08:45	00:30
3 z 50 Wprowadzenie do roli komunikacji i wideo w budowaniu wizerunku	Aneta Kudlak	25-03-2026	08:45	09:15	00:30
4 z 50 Znaczenie wystąpień publicznych w działalności zawodowej i marketingowej.	Aneta Kudlak	25-03-2026	09:15	09:30	00:15
5 z 50 Podstawy pracy z głosem, postawą i mową ciała.	Aneta Kudlak	25-03-2026	09:30	10:00	00:30
6 z 50 Przerwa	Aneta Kudlak	25-03-2026	10:00	10:15	00:15
7 z 50 Określanie celów komunikacyjnych oraz dobór narzędzi i kanałów komunikacji.	Aneta Kudlak	25-03-2026	10:00	10:45	00:45
8 z 50 Cele wystąpień publicznych i komunikacji marketingowej.	Aneta Kudlak	25-03-2026	10:15	11:00	00:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
9 z 50 Konstruowanie jasnego i logicznego przekazu	Aneta Kudlak	25-03-2026	11:00	12:00	01:00
10 z 50 Storytelling jako narzędzie angażowania odbiorców.	Aneta Kudlak	25-03-2026	12:00	12:30	00:30
11 z 50 Dopasowanie komunikatu do różnych grup odbiorców	Aneta Kudlak	25-03-2026	12:30	13:15	00:45
12 z 50 Przerwa	Aneta Kudlak	25-03-2026	13:15	13:45	00:30
13 z 50 Przygotowanie krótkich wystąpień tematycznych.	Aneta Kudlak	25-03-2026	13:45	15:00	01:15
14 z 50 Ćwiczenia z prezentowania treści.	Aneta Kudlak	25-03-2026	15:00	16:00	01:00
15 z 50 Wprowadzenie do marketingu i marketingu treści.	Aneta Kudlak	26-03-2026	08:00	08:30	00:30
16 z 50 Autentyczność i wiarygodność w komunikacji	Aneta Kudlak	26-03-2026	08:30	09:00	00:30
17 z 50 Najczęstsze błędy w komunikacji marketingowej	Aneta Kudlak	26-03-2026	09:00	09:45	00:45
18 z 50 Przerwa	Aneta Kudlak	26-03-2026	09:45	10:00	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
19 z 50 Planowanie działań promocyjnych.	Aneta Kudlak	26-03-2026	10:45	12:00	01:15
20 z 50 Przerwa	Aneta Kudlak	26-03-2026	12:00	12:30	00:30
21 z 50 Rola wideo w działaniach promocyjnych.	Aneta Kudlak	26-03-2026	12:30	13:00	00:30
22 z 50 Rodzaje treści wideo i ich zastosowanie.	Aneta Kudlak	26-03-2026	13:00	13:30	00:30
23 z 50 Przykłady skutecznych formatów wideo.	Aneta Kudlak	26-03-2026	13:30	14:00	00:30
24 z 50 Podstawy planowania materiałów wideo	Aneta Kudlak	26-03-2026	14:00	14:30	00:30
25 z 50 Scenariusz, przekaz i struktura wypowiedzi	Aneta Kudlak	26-03-2026	14:30	15:15	00:45
26 z 50 Podstawowe zasady kadru, światła i dźwięku.	Aneta Kudlak	26-03-2026	15:15	16:00	00:45
27 z 50 Różnice między wystąpieniem na żywo a przed kamerą.	Aneta Kudlak	27-03-2026	08:00	08:30	00:30
28 z 50 Praca z głosem i mimiką w nagraniach wideo	Aneta Kudlak	27-03-2026	08:30	09:30	01:00
29 z 50 Redukowanie stresu i tremy przed kamerą	Aneta Kudlak	27-03-2026	09:30	10:30	01:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
30 z 50 Przerwa	Aneta Kudlak	27-03-2026	10:30	10:45	00:15
31 z 50 Nagrywanie krótkich wypowiedzi wideo.	Aneta Kudlak	27-03-2026	10:45	11:30	00:45
32 z 50 Analiza nagrań i omówienie mocnych stron.	Aneta Kudlak	27-03-2026	11:30	12:15	00:45
33 z 50 Indywidualne wskazówki rozwojowe.	Aneta Kudlak	27-03-2026	12:15	13:00	00:45
34 z 50 Przerwa	Aneta Kudlak	27-03-2026	13:00	13:30	00:30
35 z 50 Planowanie cyklicznych treści wideo.	Aneta Kudlak	27-03-2026	13:30	14:00	00:30
36 z 50 Dopasowanie treści do kanałów komunikacji.	Aneta Kudlak	27-03-2026	14:00	15:00	01:00
37 z 50 Krótkie formy wideo w działaniach promocyjnych	Aneta Kudlak	27-03-2026	15:00	16:00	01:00
38 z 50 Dostosowanie treści do odbiorców.	Aneta Kudlak	30-03-2026	08:00	09:15	01:15
39 z 50 Spójność komunikacji wizualnej i werbalnej	Aneta Kudlak	30-03-2026	09:15	10:00	00:45
40 z 50 Przerwa	Aneta Kudlak	30-03-2026	10:00	10:15	00:15
41 z 50 Praca nad własnymi materiałami uczestników.	Aneta Kudlak	30-03-2026	10:15	12:30	02:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
42 z 50 Przerwa	Aneta Kudlak	30-03-2026	12:30	13:00	00:30
43 z 50 Łączenie wystąpień publicznych z działaniami marketingowymi.	Aneta Kudlak	30-03-2026	13:00	14:15	01:15
44 z 50 Budowanie długofalowych działań komunikacyjnych	Aneta Kudlak	30-03-2026	14:15	15:15	01:00
45 z 50 Monitorowanie efektów działań komunikacyjnych	Aneta Kudlak	30-03-2026	15:15	16:00	00:45
46 z 50 Podsumowanie zdobytej wiedzy i umiejętności.	Aneta Kudlak	31-03-2026	08:00	08:45	00:45
47 z 50 Opracowanie indywidualnych kierunków dalszego rozwoju	Aneta Kudlak	31-03-2026	08:45	12:00	03:15
48 z 50 Przerwa	Aneta Kudlak	31-03-2026	12:00	12:30	00:30
49 z 50 Test podsumowujący	-	31-03-2026	12:30	13:00	00:30
50 z 50 Wypełnienie ankiety ewaluacyjnej po szkoleniu i zakończenie	-	31-03-2026	13:00	13:30	00:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	12 350,00 PLN

Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	12 350,00 PLN
--	---------------

Koszt osobogodziny brutto	247,00 PLN
---------------------------	------------

Koszt osobogodziny netto	247,00 PLN
--------------------------	------------

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Aneta Kudlak

Specjalistka z zakresu marketingu internetowego z ponad 18-letnim doświadczeniem zawodowym. Od wielu lat związana z planowaniem, wdrażaniem oraz optymalizacją działań marketingowych, ze szczególnym uwzględnieniem komunikacji w mediach społecznościowych oraz tworzenia treści promocyjnych.

Posiada szerokie doświadczenie w budowaniu i rozwijaniu marek, opracowywaniu strategii marketingowych, a także w codziennym prowadzeniu kanałów komunikacji online dla firm, instytucji oraz organizacji oraz przeprowadzonych ponad 150 godzin szkoleń w zakresie tematycznym usługi. Na co dzień pracuje zarówno z małymi i średnimi przedsiębiorstwami, jak i podmiotami działającymi lokalnie, wspierając je w skutecznej promocji i docieraniu do odbiorców.

Prowadzi szkolenia i warsztaty z zakresu social mediów, marketingu internetowego oraz komunikacji marketingowej, kładąc nacisk na praktyczne wykorzystanie zdobytej wiedzy. W swojej pracy szkoleniowej łączy wiedzę strategiczną z doświadczeniem operacyjnym, prezentując uczestnikom konkretne narzędzia i rozwiązania możliwe do wdrożenia w codziennej działalności.

W działaniach marketingowych chętnie wykorzystuje nowoczesne formy komunikacji, w tym content wideo oraz aktualne trendy w marketingu cyfrowym, dostosowując je do potrzeb odbiorców i specyfiki rynku lokalnego. Szczególną uwagę przykładą do spójności przekazu, autentyczności komunikacji oraz budowania długofalowych relacji z odbiorcami.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały szkoleniowe zostaną przekazane uczestnikom w formie prezentacji oraz materiałów uzupełniających wspierających samodzielną pracę po zakończeniu szkolenia

Uczestnicy otrzymają również zestaw materiałów dodatkowych, obejmujących:

- przykłady dobrych praktyk w zakresie wystąpień publicznych,
- wskazówki dotyczące tworzenia spójnego contentu wideo,
- materiały wspierające dalszy rozwój kompetencji komunikacyjnych.

Warunki uczestnictwa

Warunkiem ukończenia szkolenia jest frekwencja na poziomie 100%

Informacje dodatkowe

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.

Adres

ul. Legionów 2

82-300 Elbląg

woj. warmińsko-mazurskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



KATARZYNA OLCHOWSKA

E-mail olchowska@op.pl

Telefon (+48) 605 054 360