



Szkolenie: Budowanie wizerunku pracodawcy (employer branding)

Numer usługi 2026/05/12/120895/3554760

5 120,00 PLN brutto
5 120,00 PLN netto
320,00 PLN brutto/h
320,00 PLN netto/h
249,58 PLN cena rynkowa ⓘ

IQ CONSULTING
SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚĆ
CIĄ

★★★★★ 4,9 / 5

7 579 ocen

📍 Darłowo

🏢 Usługa szkoleniowa

📄 stacjonarna

👥 Zajęcia grupowe

🕒 16:00 h

📅 30.05.2026 do 31.05.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / PR

Grupa docelowa usługi

Szkolenie skierowane jest zarówno do pracodawców, jak i pracowników zainteresowanych rozwijaniem kompetencji w obszarze budowania wizerunku organizacji jako atrakcyjnego miejsca pracy. Obejmuje w szczególności właścicieli firm, kadre zarządzającą, specjalistów HR, osoby odpowiedzialne za komunikację i marketing, a także wszystkich pracowników, którzy chcą poszerzyć swoją wiedzę i umiejętności w zakresie employer branding. Szkolenie ma charakter ogólny i jest dostępne dla osób z różnych branż oraz na różnych poziomach doświadczenia zawodowego.

Minimalna liczba uczestników

2

Maksymalna liczba uczestników

20

Data zakończenia rekrutacji

29-05-2026

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

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

Celem szkolenia „Budowanie Wizerunku Pracodawcy” (Employer Branding) jest przekazanie uczestnikom zarówno wiedzy, jak i praktycznych kompetencji, które pozwolą im efektywnie tworzyć oraz promować atrakcyjny obraz organizacji jako miejsca zatrudnienia.

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	charakteryzuje typy odbiorców wizerunku pracodawcy	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	opisuje znaczenie wizerunku zewnętrznego i wewnętrznego pracodawcy	Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	wymienia korzyści dla organizacji wynikające z budowy jej wizerunku jako pracodawcy	Wywiad ustrukturyzowany
	wskazuje możliwe błędy związane z realizacją działań w zakresie kształtowania wewnętrznego i zewnętrznego wizerunku pracodawcy	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji	
Opisuje istotę działań employer brandingowych	<p>wyjaśnia pojęcie employer branding</p> <p>wyjaśnia pojęcia związane z wizerunkiem pracodawcy takie jak: marka (brand), wizerunek wewnętrzny i zewnętrzny, tożsamość pracodawcy, reputacja pracodawcy</p>	<p>Test teoretyczny</p> <p>Obserwacja w warunkach rzeczywistych</p> <p>Test teoretyczny</p> <p>Wywiad ustrukturyzowany</p> <p>Obserwacja w warunkach rzeczywistych</p>	
	<p>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)</p>	<p>Test teoretyczny</p>	
	<p>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)</p> <p>wymienia i charakteryzuje źródła pozyskiwania informacji o wizerunku zewnętrznym i wewnętrznym pracodawcy</p>	<p>Test teoretyczny</p> <p>Obserwacja w warunkach rzeczywistych</p> <p>Test teoretyczny</p>	
	Identyfikuje informacje na temat wizerunku pracodawcy	<p>dobiera zakres i sposób pozyskiwania informacji o wizerunku pracodawcy z wybranych źródeł</p>	<p>Test teoretyczny</p> <p>Wywiad ustrukturyzowany</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>Obserwacja w warunkach rzeczywistych</p>
		<p>charakteryzuje grupy odbiorców wizerunku</p>	<p>Obserwacja w warunkach rzeczywistych</p>

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Określa zakres oceny wizerunku pracodawcy	identyfikuje oczekiwania grup odbiorców	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	wskazuje kluczowe obszary oceny wizerunku przykładowego pracodawcy	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
		Test teoretyczny
	projektuje kryteria oceny wizerunku przykładowego pracodawcy	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Przeprowadza analizę wizerunku pracodawcy	na podstawie zbioru danych tworzy analizę porównawczą dotyczącą zbieżności i rozbieżności między oczekiwaniami organizacji w kwestii jej wizerunku a wnioskami wpływającymi ze zgromadzonych danych	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	przygotowuje zalecenia dotyczące kierunków budowy wizerunku zewnętrznego i wewnętrznego	Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
	Określa sposób realizacji celów wizerunkowych	identyfikuje warunki prawne konieczne do uwzględnienia w planowanych działaniach wizerunkowych (np. RODO, przepisy prawa autorskiego)
Obserwacja w warunkach rzeczywistych		
dobiera narzędzia do zaplanowanych działań wizerunkowych (np. artykuły w prasie, w Internecie, wywiady w mediach lokalnych)		Test teoretyczny
Określa zakres strategii wizerunkowej pracodawcy	określa grupy docelowe planowanych działań wizerunkowych	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	formułuje 2 przykładowe kierunki działań planowanych do ujęcia w strategii wizerunkowej pracodawcy	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	identyfikuje błędy w przykładowej strategii wizerunkowej pracodawcy	Test teoretyczny
Wywiad ustrukturyzowany		

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Prowadzi działania employer brandingowe skierowane do wewnątrz organizacji	dobiera 4 przykładowe wskaźniki oceny satysfakcji pracowników	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	formułuje 4 rodzaje pytań do przykładowego wskaźnika oceny satysfakcji pracowników	Test teoretyczny
	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
Prowadzi działania employer brandingowe skierowane na zewnątrz organizacji	przygotowuje opis działalności pracodawcy na potrzeby publikacji w Internecie (np. na portal pracy, wpis w mediach społecznościowych, itp.)	Test teoretyczny Wywiad ustrukturyzowany
	w oparciu o cele wizerunkowe opracowuje hasło wizerunkowe promujące organizację jako dobrego pracodawcę projektuje 4 kryteria oceny skuteczności działań wizerunkowych	Obserwacja w warunkach rzeczywistych Test teoretyczny
Monitoruje działania employer brandingowe	dobiera i uzasadnia wybór narzędzi niezbędnych do mierzenia efektów działań wizerunkowych	Obserwacja w warunkach rzeczywistych Wywiad ustrukturyzowany Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Optymalizuje działania employer brandingowe	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 swobodny
	modyfikuje harmonogram dystrybucji materiałów wizerunkowych na podstawie wyników ankiety satysfakcji tworzy propozycję modyfikacji sposobu przyznawania wybranego motywatora pozapłacowego	Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Test teoretyczny
Wywiad ustrukturyzowany		
Obserwacja w warunkach rzeczywistych		

Kwalifikacje

Kwalifikacje włączone do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji

Kwalifikacje	Budowanie wizerunku pracodawcy (employer branding)
Kod kwalifikacji zarejestrowanej w ZRK	13945
Nazwa Podmiotu prowadzącego walidację	IQ CONSULTING SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ
Nazwa Podmiotu certyfikującego	IQ CONSULTING SPÓŁKA ZO GRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ

Program

Warunki organizacyjne dla przeprowadzenia usługi

Infrastruktura i wyposażenie:

Usługa realizowana jest w sali szkoleniowej zapewniającej standardy bezpieczeństwa i higieny pracy, dostosowanej do liczby uczestników oraz specyfiki zajęć praktycznych. Uczestnik ma zapewnione indywidualne stanowisko pracy wyposażone w niezbędny sprzęt techniczny (np. laptop z dostępem do Internetu, oprogramowanie biurowe) oraz materiały piśmiennicze.

Materiały szkoleniowe:

Uczestnicy otrzymują komplet materiałów szkoleniowych w formie papierowej oraz elektronicznej (skrypty, prezentacje, case studies), które stają się ich własnością po zakończeniu usługi. Materiały są aktualne, zgodne z programem i wspierają osiągnięcie efektów uczenia się.

Kadra dydaktyczna i walidator:

Szkolenie prowadzone jest przez trenerów posiadających doświadczenie w obszarze Budowanie Wizerunku Pracodawcy“(Employer Branding) oraz przez niezależnego walidatora.

Dostępność i zasady horyzontalne:

Szkolenie realizowane jest zgodnie z zasadą równości szans i niedyskryminacji. Możliwe jest zastosowanie racjonalnych usprawnień (np. tłumacz PJM, pętla indukcyjna).

Monitoring i logistyka:

Prowadzona jest lista obecności.

Program szkolenia:

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?
5. Tworzenie angażujących treści pisanych dla mediów społecznościowych
6. Podstawy video content marketingu
7. Strategie dystrybucji treści na różnych platformach społecznościowych.

8. Zaawansowane techniki tworzenia treści w mediach społecznościowych

Dzień 2:

1. Wykorzystanie sztucznej inteligencji w marketingu społecznościowym.
2. Analiza danych i mierzenie skuteczności działań marketingowych
3. Zarządzanie kryzysowe w mediach społecznościowych
4. Budowanie i zarządzanie społecznością online
5. Techniki angażowania i zwiększania zaangażowania odbiorców.
6. Przygotowanie własnego planu marketingowego na media społecznościowe.
7. Test wiedzy (walidacja dot. potwierdzenia uzyskania kwalifikacji ZRK)

W ciągu dnia zostały uwzględnione 2 przerwy po 30minut.

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.

Walidacja szkolenia - W procesie walidacji szkolenia wykorzystano test teoretyczny skonstruowany tak, by weryfikować efekty uczenia się na trzech poziomach: wiedzy, umiejętności oraz kompetencji społecznych (postaw).

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 19

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 19 Wprowadzenie do mediów społecznościowych i ich roli w budowaniu marki	Zajęcia	ROBERT ZAJĄC	30-05-2026	09:00	09:30	00:30
2 z 19 Twoja nisza rynkowa. Analiza marki, zasobów i potencjału	Zajęcia	ROBERT ZAJĄC	30-05-2026	09:30	10:30	01:00
3 z 19 Wybór grupy docelowej	Zajęcia	ROBERT ZAJĄC	30-05-2026	10:30	11:00	00:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
4 z 19 Jak budować profil w mediach społecznościowych?	Zajęcia	ROBERT ZAJĄC	30-05-2026	11:00	12:00	01:00
5 z 19 -	Przerwa	-	30-05-2026	12:00	12:30	00:30
6 z 19 Tworzenie angażujących treści pisanych dla mediów społecznościowych	Zajęcia	ROBERT ZAJĄC	30-05-2026	12:30	13:30	01:00
7 z 19 Podstawy wideo content marketingu	Zajęcia	ROBERT ZAJĄC	30-05-2026	13:30	14:30	01:00
8 z 19 Strategie dystrybucji treści na różnych platformach społecznościowych	Zajęcia	ROBERT ZAJĄC	30-05-2026	14:30	15:00	00:30
9 z 19 -	Przerwa	-	30-05-2026	15:00	15:30	00:30
10 z 19 Zaawansowane techniki tworzenia treści w mediach społecznościowych	Zajęcia	ROBERT ZAJĄC	30-05-2026	15:30	17:00	01:30
11 z 19 Wykorzystanie sztucznej inteligencji w marketingu społecznościowym	Zajęcia	ROBERT ZAJĄC	31-05-2026	09:00	09:30	00:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
12 z 19 Analiza danych i mierzenie skuteczności działań marketingowych	Zajęcia	ROBERT ZAJĄC	31-05-2026	09:30	10:30	01:00
13 z 19 Zarządzanie kryzysowe w mediach społecznościowych	Zajęcia	ROBERT ZAJĄC	31-05-2026	10:30	11:00	00:30
14 z 19 Budowanie i zarządzanie społecznością online	Zajęcia	ROBERT ZAJĄC	31-05-2026	11:00	12:00	01:00
15 z 19 -	Przerwa	-	31-05-2026	12:00	12:30	00:30
16 z 19 Techniki angażowania i zwiększania zaangażowania odbiorców	Zajęcia	ROBERT ZAJĄC	31-05-2026	12:30	13:30	01:00
17 z 19 Przygotowanie własnego planu marketingowego na media społecznościowe	Zajęcia	ROBERT ZAJĄC	31-05-2026	13:30	14:30	01:00
18 z 19 -	Przerwa	-	31-05-2026	14:30	15:00	00:30
19 z 19 -	Walidacja	-	31-05-2026	15:00	17:00	02:00

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	16:00
w tym suma godzin zajęć	12:00

Rodzaj godzin	Liczba godzin
w tym suma godzin walidacji	02:00
w tym suma przerw	02:00
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	18:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 120,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT	
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 120,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	320,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	320,00 PLN
W tym koszt walidacji brutto	640,00 PLN
W tym koszt walidacji netto	640,00 PLN
W tym koszt certyfikowania brutto	640,00 PLN
W tym koszt certyfikowania netto	640,00 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	16:00

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



ROBERT ZAJĄC

Dyrektor administracji, wykładowca i menedżer i z 24-letnim stażem. Posiada szeroką wiedzę i praktyczne umiejętności w zakresie zarządzania zasobami ludzkimi, co stanowi solidną podstawę do prowadzenia szkoleń HR. Od 6 lat regularnie prowadzi szkolenia dla pracowników działów HR. Trener posiada co najmniej 120h doświadczenia w prowadzeniu szkoleń o podobnej tematyce dla osób dorosłych w ostatnich dwóch latach (24 miesiącach) wstecz od dnia rozpoczęcia szkolenia. Wieloletnie doświadczenie w obszarach administracji i HR, a także szeroka wiedza zdobyta na studiach w takich dziedzinach jak administracja, budownictwo, BHP oraz coaching z psychologią, umożliwia zrozumienie zarówno praktycznych, jak i psychologicznych aspektów pracy z ludźmi. Prowadząc szkolenia HR ze szczególnym uwzględnieniem tematów: Zarządzanie zmianami wynikającymi z przeobrażeń na rynku pracy, Przygotowanie organizacji do wyzwań na rynku pracy, Zarządzanie różnorodnością i wielokulturowością oraz Zarządzanie wiekiem i współpracą międzypokoleniową w przedsiębiorstwach, w pełni wykorzystuje swoje kompetencje do tworzenia programów, które są skrojone na miarę potrzeb organizacji. Styl zarządzania, oparty na wieloletnim doświadczeniu, pozwala na skuteczne przekazywanie wiedzy zarówno na poziomie operacyjnym, jak i strategicznym.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Komplet materiałów zostanie przekazany uczestnikom drogą mailową przed rozpoczęciem szkolenia. Obejmuje on:

1. skrypt szkoleniowy,
2. materiały wideo,
3. prezentację.

Warunki uczestnictwa

Uczestnik otrzyma certyfikat ukończenia szkolenia pod warunkiem uzyskania pozytywnego wyniku z testu wiedzy przeprowadzanego podczas ostatnich zajęć. W skład komisji walidującej wchodzi Pan Robert Zając. Przewidziana walidacja ma formę testu wiedzy, który potwierdza zdobycie kwalifikacji zgodnych z ZRK.

Adres

ul. Fryderyka Chopina 6/15
76-150 Darłowo
woj. zachodniopomorskie

NIEPUBLICZNY ŻŁOBEK I PRZEDSZKOLE "PROMYCZEK" Sp. z o.o.

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Wi-fi
- Klimatyzacja

Kontakt

Anna Wasilewska



E-mail anna.wasilewska@iq-consulting.pl

Telefon (+48) 575 429 403