



UNICO SP. Z O.O.

★★★★★ 4,9 / 5

461 ocen

Unico Marketing: Skuteczna komunikacja marki w social mediach. Praktyczne szkolenie z narzędzi AI, Canva i CapCut w tworzeniu angażujących treści, rolek oraz wideo na Facebooka i Instagram.

Numer usługi 2026/05/31/160223/3599075

📍 Poznań

🏢 Usługa szkoleniowa

📄 stacjonarna

👥 Zajęcia grupowe

🕒 30:00 h

📅 20.07.2026 do 24.07.2026

6 519,00 PLN brutto

5 300,00 PLN netto

217,30 PLN brutto/h

176,67 PLN netto/h

250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Grupa docelowa usługi	Pracownicy działów marketingu, właściciele małych firm oraz osoby na poziomie początkującym, którzy odpowiadają za komunikację i promocję marki w internecie.
Minimalna liczba uczestników	2
Maksymalna liczba uczestników	6
Data zakończenia rekrutacji	19-07-2026
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

Usługa przygotowuje uczestników do samodzielnego planowania i prowadzenia komunikacji marki w internecie oraz tworzenia nowoczesnych treści marketingowych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Analizuje komunikację marki oraz planuje strategię komunikacji dostosowaną do grupy docelowej.	charakteryzuje elementy spójnej komunikacji marki,	Wywiad ustrukturyzowany
	określa mocne i słabe strony komunikacji marki,	Wywiad ustrukturyzowany
	dobiera filary komunikacji i kanały marketingowe do grupy docelowej.	Wywiad ustrukturyzowany
	przygotowuje materiały marketingowe z wykorzystaniem Canva,	Analiza dowodów i deklaracji
Projektuje materiały marketingowe i treści wizualne zgodne z identyfikacją marki.	dobiera elementy wizualne zgodne z identyfikacją marki,	Analiza dowodów i deklaracji
	opracowuje fragment kalendarza publikacji dla marki.	Analiza dowodów i deklaracji
Wykorzystuje narzędzia AI do tworzenia treści marketingowych i komunikacji marki.	generuje prompty do tworzenia treści marketingowych,	Analiza dowodów i deklaracji
	przygotowuje treści do social media z wykorzystaniem AI,	Analiza dowodów i deklaracji
	personalizuje wygenerowane materiały zgodnie z założeniami marki.	Analiza dowodów i deklaracji
	opracowuje scenariusz rolki video,	Analiza dowodów i deklaracji
Przygotowuje i publikuje krótkie materiały video wspierające komunikację marki.	wykonuje nagranie materiału video z wykorzystaniem urządzenia mobilnego,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	przygotowuje materiał video do publikacji.	Obserwacja w warunkach symulowanych

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem zawierają opis efektów uczenia się?

TAK

Pytanie 2. Czy dokument lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji i zgodnie z zaplanowanymi metodami walidacji?

TAK

Pytanie 3. Czy dokument lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

Program

Dzień 1: Fundamenty komunikacji marki i analiza potencjału biznesu

Moduł 1 – Marka i profesjonalny wizerunek jako narzędzie budowania rozpoznawalności i zaufania (teoria)

- czym jest marka i profesjonalny wizerunek w biznesie
- różnica między marką, wizerunkiem, reputacją i autopromocją
- jak spójna komunikacja wspiera sprzedaż, relacje i rozwój biznesu
- elementy wiarygodnej marki: spójność, autentyczność, rozpoznawalność i konsekwencja
- przykłady skutecznej komunikacji marek i firm w internecie oraz mediach społecznościowych

Moduł 2 – Diagnoza aktualnej komunikacji marki w internecie i mediach społecznościowych (praktyka)

- analiza obecnej widoczności marki lub firmy w internecie
- analiza profilu marki na Facebooku i/lub Instagramie
- określenie dotychczasowych działań komunikacyjnych online
- ocena spójności zdjęć, opisów, postów, rolek i relacji
- identyfikacja mocnych stron, obszarów do poprawy i niespójności
- ćwiczenie: mapa obecnej komunikacji marki online

Moduł 3 – Analiza SWOT marki lub działalności z uwzględnieniem obecności online (praktyka)

- mocne i słabe strony marki
- szanse i zagrożenia w otoczeniu rynkowym
- analiza konkurencji i marek referencyjnych w internecie
- ćwiczenie: SWOT własnej marki lub działalności

Moduł 4 – Wartości, misja i wyróżniki marki oraz grupa docelowa i persona odbiorcy (praktyka)

- określanie wartości marki i ich przełożenie na komunikację
- emocjonalne i racjonalne wyróżniki marki
- główny przekaz marki
- określenie grupy docelowej
- potrzeby, problemy i oczekiwania odbiorców
- język komunikacji dopasowany do odbiorcy
- ćwiczenie: stworzenie persony klienta dla komunikacji online

Dzień 2: Strategia komunikacji, kreowanie wizerunku i obecność marki online/offline

Moduł 1 – Strategia komunikacji marki i biznesu w kanałach online/offline (teoria)

- przełożenie wartości i wyróżników marki na strategię komunikacji
- spójność komunikacji online i offline
- filary komunikacji marki
- ton komunikacji: ekspercki, edukacyjny, inspiracyjny, relacyjny i sprzedażowy
- przełożenie strategii marki na publikacje w mediach społecznościowych

Moduł 2 – Profesjonalny wizerunek i komunikacja niewerbalna także w materiałach video online (praktyka)

- pierwsze wrażenie i budowanie zaufania

- mowa ciała, mimika i kontakt wzrokowy
- wizerunek podczas spotkań, konsultacji i wystąpień
- wizerunek podczas nagrań video do social media
- ćwiczenie: analiza elementów wizerunku uczestnika

Moduł 3 – Styl komunikacji marki i estetyka przekazu w social mediach (praktyka)

- wpływ wyglądu, języka i stylu komunikacji na odbiór marki
- estetyka materiałów graficznych, zdjęć i video publikowanych online
- zachowanie spójności wizualnej
- ćwiczenie: określenie stylu komunikacji marki

Moduł 4 – Kanały komunikacji i social media w biznesie: Facebook, Instagram i formaty publikacji online (praktyka)

- Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, YouTube Shorts
- dobór kanałów do branży i grupy docelowej
- podstawowe formaty publikacji: post, rolka, relacja, karuzela, video
- komunikacja edukacyjna, relacyjna i sprzedażowa
- tworzenie angażujących treści
- CTA, storytelling i serie tematyczne
- ćwiczenie: przygotowanie komunikatów marki do publikacji w social mediach

Dzień 3: Canva, AI i praktyczne tworzenie nowoczesnych treści marketingowych

Moduł 1 – Spójność wizualna marki i estetyka komunikacji cyfrowej (teoria)

- identyfikacja wizualna marki w praktyce
- kolorystyka, typografia i styl komunikacji wizualnej
- moodboard marki
- spójność materiałów marketingowych i social media
- błędy wizualne osłabiające profesjonalny odbiór marki w kanałach cyfrowych

Moduł 2 – Canva jako narzędzie cyfrowe do tworzenia materiałów marketingowych (praktyka)

- organizacja pracy w Canvie
- wybór formatów do różnych platform
- tworzenie postów, stories, grafik i prezentacji
- praca na szablonach
- dostosowanie materiałów do identyfikacji wizualnej marki
- praktyczne przygotowanie materiałów marketingowych do publikacji online

Moduł 3 – AI i nowoczesne narzędzia cyfrowe do tworzenia contentu i marketingu (teoria)

- wykorzystanie AI w marketingu i komunikacji marki
- ChatGPT i Claude jako wsparcie w tworzeniu treści
- tworzenie promptów do postów, rolek i scenariuszy
- generowanie pomysłów na content i serie publikacji
- wykorzystanie AI do budowania spójnej komunikacji
- personalizacja i edycja treści wygenerowanych przez AI
- nowoczesne narzędzia AI wspierające marketing i social media

Moduł 4 – Praktyczne tworzenie contentu, grafik i materiałów do social media z wykorzystaniem Canva AI (praktyka)

- wykorzystanie funkcji Canva AI
- tworzenie grafik z wykorzystaniem AI
- generowanie obrazów w ChatGPT i Claude
- tworzenie angażujących materiałów do social media
- praktyczne workflow tworzenia contentu
- ćwiczenie: przygotowanie zestawu materiałów dla własnej marki

Moduł 5 – Kalendarz treści i plan publikacji na Facebooku i Instagramie (praktyka)

- planowanie komunikacji na podstawie filarów marki
- serie tematyczne i cykle publikacji
- częstotliwość publikacji i organizacja pracy
- planowanie publikacji na Facebooku i Instagramie

- ćwiczenie: stworzenie fragmentu kalendarza treści

Dzień 4: Treści, storytelling, oferta i strategia komunikacji marki w social mediach

Moduł 1 – Najczęstsze błędy w komunikacji marki w social mediach (teoria)

- niespójność i przypadkowość komunikacji
- brak celu i strategii
- kopiowanie innych marek
- błędy w komunikacji sprzedażowej
- błędy w publikacjach na Facebooku i Instagramie
- analiza dobrych i słabych praktyk

Moduł 2 – Pomysły na pokazywanie usług, produktów i eksperckości w social mediach z wykorzystaniem AI (praktyka)

- treści edukacyjne, relacyjne i sprzedażowe
- pokazywanie kulis, procesu i efektów
- budowanie eksperckości
- wykorzystanie AI do generowania pomysłów na posty, rolki i serie tematyczne
- ćwiczenie: bank pomysłów na content do publikacji na Facebooku i Instagramie

Moduł 3 – Storytelling i teksty do publikacji online z wykorzystaniem AI (praktyka)

- jak pisać naturalnie i autentycznie
- struktura angażującego posta
- storytelling marki i historii klienta
- wykorzystanie AI do przygotowania wariantów nagłówków, opisów i CTA
- ćwiczenie: przygotowanie posta storytellingowego do publikacji w social mediach

Moduł 4 – Oferta, komunikaty sprzedażowe i język korzyści w postach i rolkach (praktyka)

- komunikacja oferty w naturalny sposób
- CTA w postach, rolkach i materiałach promocyjnych
- różnica między cechą, zaletą i korzyścią
- dopasowanie komunikatu sprzedażowego do Facebooka i Instagrama
- ćwiczenie: przygotowanie komunikatu promocyjnego

Moduł 5 – Strategia marketingowa i plan komunikacji marki w kanałach cyfrowych (praktyka)

- cele komunikacyjne i biznesowe
- filary treści
- harmonogram działań
- podstawowe wskaźniki skuteczności publikacji
- ćwiczenie: mini strategia komunikacji marki

Dzień 5: Video, rolki i autentyczna komunikacja marki przed kamerą

Moduł 1 – Rola video i rolek w komunikacji marki na Facebooku i Instagramie (teoria)

- znaczenie krótkich form video w budowaniu widoczności
- rolki jako narzędzie edukacji, relacji i sprzedaży
- rodzaje rolek i formatów video
- dopasowanie video do charakteru marki i grupy docelowej
- wymagania materiałów video publikowanych w social mediach

Moduł 2 – Przełamywanie bariery kamery i naturalna komunikacja w video online (praktyka)

- blokady przed nagrywaniem
- naturalna komunikacja przed kamerą
- praca z głosem, energią i ekspresją
- ćwiczenia praktyczne i nagrania próbne

Moduł 3 – Scenariusz rolki: hook, przekaz i CTA (praktyka)

- jak przyciągnąć uwagę odbiorcy
- struktura skutecznej rolki
- przygotowanie scenariusza rolki na Facebooka lub Instagram

- ćwiczenie: przygotowanie scenariuszy rolek

Moduł 4 – Nagrywanie materiału telefonem do publikacji w social mediach (praktyka)

- kadrowanie, światło i tło
- pionowy format video
- nagrywanie materiałów mówionych i przebitek
- ćwiczenie: nagranie materiału video telefonem

Moduł 5 – Montaż, napisy i obróbka rolek w aplikacji CapCut (praktyka)

- podstawy montażu w CapCut
- tempo, rytm i przejścia
- dodawanie napisów, w tym napisów automatycznych
- przygotowanie video do publikacji na Facebooku i Instagramie
- eksport materiału video w odpowiednim formacie

Walidacja efektów uczenia się

Opis procesu walidacji efektów uczenia się

Walidacja efektów uczenia się przeprowadzana jest po zakończeniu realizacji wszystkich modułów dydaktycznych szkolenia, w ostatnim dniu usługi, zgodnie z harmonogramem.

Proces walidacji obejmuje weryfikację osiągnięcia efektów uczenia się określonych w Karcie Usługi, odnoszących się do planowania komunikacji marki, tworzenia materiałów marketingowych, wykorzystania Canva i AI oraz przygotowywania materiałów video do social media.

Walidacja realizowana jest przy zastosowaniu następujących metod:

- Wywiad ustrukturyzowany, służący weryfikacji wiedzy teoretycznej w oparciu o standaryzowany zestaw pytań,
- Analiza dowodów, polegająca na merytorycznej i technicznej ocenie cyfrowych materiałów projektowych przygotowanych samodzielnie przez Uczestnika,
- Obserwacja w warunkach symulowanych, polegająca na analizie sposobu wykonywania zadania praktycznego w warunkach odwzorowujących realne środowisko pracy.

Warunkiem przystąpienia do walidacji jest spełnienie wymogów formalnych udziału w szkoleniu, w szczególności uzyskanie minimum 80% frekwencji oraz zaangażowanie Uczestnika w realizację części teoretycznej i praktycznej szkolenia.

Pozytywny wynik walidacji potwierdzany jest zaświadczeniem ukończenia szkolenia oraz certyfikatem.

- Szkolenie prowadzone jest w sposób grupowy.
- Uczestnik posiada samodzielne stanowisko pracy.
- Warunkiem koniecznym do osiągnięcia celu szkolenia jest 80% frekwencja oraz zaangażowanie Uczestnika.
- Usługa realizowana jest w 30 godzinach zegarowych.
- Metoda weryfikacji obecności Uczestnika: lista obecności.
- Zajęcia teoretyczne: 17 godzin / zajęcia praktyczne: 7 godzin 15 minut.
- Przerwy są zaplanowane pomiędzy modułami usługi rozwojowej i wliczają się do łącznego czasu jej trwania.
- Zajęcia odbywające się w terminie, od 20-07-2026 do 24-07-2026 roku, prowadzone są dodatkowo przez Hannę Walkowiak-Barańską.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 34

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 34 Dzień 1. Moduł 1. Marka i profesjonalny wizerunek jako narzędzie budowania rozpoznawalności i zaufania (teoria)	Zajęcia	MONIKA LISSER	20-07-2026	10:00	11:30	01:30
2 z 34 -	Przerwa	-	20-07-2026	11:30	12:00	00:30
3 z 34 Dzień 1. Moduł 2. Diagnoza aktualnej komunikacji marki w internecie i mediach społecznościowych (praktyka)	Zajęcia	MONIKA LISSER	20-07-2026	12:00	13:30	01:30
4 z 34 -	Przerwa	-	20-07-2026	13:30	14:00	00:30
5 z 34 Dzień 1. Moduł 3. Analiza SWOT marki lub działalności z uwzględnieniem obecności online (praktyka)	Zajęcia	MONIKA LISSER	20-07-2026	14:00	15:00	01:00
6 z 34 Dzień 1. Moduł 4. Wartości, misja i wyróżniki marki oraz grupa docelowa i persona odbiorcy (praktyka)	Zajęcia	MONIKA LISSER	20-07-2026	15:00	16:00	01:00

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
7 z 34 Dzień 2. Moduł 1. Strategia komunikacji marki i biznesu w kanałach online/offline (teoria)	Zajęcia	MONIKA LISSER	21-07-2026	10:00	11:30	01:30
8 z 34 -	Przerwa	-	21-07-2026	11:30	12:00	00:30
9 z 34 Dzień 2. Moduł 2. Profesjonalny wizerunek i komunikacja niewerbalna także w materiałach video online (praktyka)	Zajęcia	MONIKA LISSER	21-07-2026	12:00	13:30	01:30
10 z 34 -	Przerwa	-	21-07-2026	13:30	14:00	00:30
11 z 34 Dzień 2. Moduł 3. Styl komunikacji marki i estetyka przekazu w social mediach (praktyka)	Zajęcia	MONIKA LISSER	21-07-2026	14:00	15:00	01:00
12 z 34 Dzień 2. Moduł 4. Kanały komunikacji i social media w biznesie: Facebook, Instagram i formaty publikacji online (praktyka)	Zajęcia	MONIKA LISSER	21-07-2026	15:00	16:00	01:00

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
13 z 34 Dzień 3. Moduł 1. Spójność wizualna marki i estetyka komunikacji cyfrowej (teoria)	Zajęcia	MONIKA LISSER	22-07-2026	10:00	11:15	01:15
14 z 34 -	Przerwa	-	22-07-2026	11:15	11:45	00:30
15 z 34 Dzień 3. Moduł 2. Canva jako narzędzie cyfrowe do tworzenia materiałów marketingowych (praktyka)	Zajęcia	MONIKA LISSER	22-07-2026	11:45	13:15	01:30
16 z 34 -	Przerwa	-	22-07-2026	13:15	13:45	00:30
17 z 34 Dzień 3. Moduł 3. AI i nowoczesne narzędzia cyfrowe do tworzenia contentu i marketingu (teoria)	Zajęcia	MONIKA LISSER	22-07-2026	13:45	14:45	01:00
18 z 34 Dzień 3. Moduł 4. Praktyczne tworzenie contentu, grafik i materiałów do social media z wykorzystaniem Canva AI (praktyka)	Zajęcia	MONIKA LISSER	22-07-2026	14:45	15:30	00:45
19 z 34 Dzień 3. Moduł 5. Kalendarz treści i plan publikacji na Facebooku i Instagramie (praktyka)	Zajęcia	MONIKA LISSER	22-07-2026	15:30	16:00	00:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
20 z 34 Dzień 4. Moduł 1. Najczęstsze błędy w komunikacji marki w social mediach (teoria)	Zajęcia	MONIKA LISSER	23-07-2026	10:00	11:15	01:15
21 z 34 -	Przerwa	-	23-07-2026	11:15	11:45	00:30
22 z 34 Dzień 4. Moduł 2. Pomysły na pokazywanie usług, produktów i eksperckości w social mediach z wykorzystaniem AI (praktyka)	Zajęcia	MONIKA LISSER	23-07-2026	11:45	13:15	01:30
23 z 34 -	Przerwa	-	23-07-2026	13:15	13:45	00:30
24 z 34 Dzień 4. Moduł 3. Storytelling i teksty do publikacji online z wykorzystaniem AI (praktyka)	Zajęcia	MONIKA LISSER	23-07-2026	13:45	14:45	01:00
25 z 34 Dzień 4. Moduł 4. Oferta, komunikaty sprzedażowe i język korzyści w postach i rolkach (praktyka)	Zajęcia	MONIKA LISSER	23-07-2026	14:45	15:30	00:45

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
26 z 34 Dzień 4. Moduł 5. Strategia marketingowa i plan komunikacji marki w kanałach cyfrowych (praktyka)	Zajęcia	MONIKA LISSER	23-07-2026	15:30	16:00	00:30
27 z 34 Dzień 5. Moduł 1. Rola video i rolek w komunikacji marki na Facebooku i Instagramie (teoria)	Zajęcia	MONIKA LISSER	24-07-2026	10:00	11:00	01:00
28 z 34 -	Przerwa	-	24-07-2026	11:00	11:30	00:30
29 z 34 Dzień 5. Moduł 2. Przelamywane bariery kamery i naturalna komunikacja w video online (praktyka)	Zajęcia	MONIKA LISSER	24-07-2026	11:30	12:30	01:00
30 z 34 Dzień 5. Moduł 3. Scenariusz rolki: hook, przekaz i CTA (praktyka)	Zajęcia	MONIKA LISSER	24-07-2026	12:30	13:15	00:45
31 z 34 -	Przerwa	-	24-07-2026	13:15	13:45	00:30
32 z 34 Dzień 5. Moduł 4. Nagrywanie materiału telefonem do publikacji w social mediach (praktyka)	Zajęcia	MONIKA LISSER	24-07-2026	13:45	14:30	00:45

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
33 z 34 Dzień 5. Moduł 5. Montaż, napisy i obróbka rolek w aplikacji CapCut (praktyka)	Zajęcia	MONIKA LISSER	24-07-2026	14:30	15:15	00:45
34 z 34 -	Walidacja	-	24-07-2026	15:15	16:00	00:45

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	30:00
w tym suma godzin zajęć	24:15
w tym suma godzin walidacji	00:45
w tym suma przerw	05:00
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	33:15

Cennik

Jeżeli korzystasz z dofinansowania i usługa stanowi usługę kształcenia zawodowego lub przekwalifikowania zawodowego wraz z usługą lub dostawą towarów ściśle związaną z usługami kształcenia zawodowego lub przekwalifikowania zawodowego to możesz mieć możliwość skorzystania za zwolnienia z podatku VAT na podstawie art. 43 ust. 1 pkt 29 lit. c ustawy z dnia 11 marca 2024 r. o podatku od towarów i usług, jeśli usługa w całości jest finansowana ze środków publicznych lub § 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 w przypadku, gdy usługa jest finansowana w co najmniej 70% ze środków publicznych.

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	6 519,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 300,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	217,30 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	30:00

Prowadzący

Liczba prowadzących: 2



1 z 2

MONIKA LISSER

Od ponad 20 lat działa w obszarze biznesowym, wspierając przedsiębiorców, trenerów i szkoleniowców w rozwoju ich działalności. Na przestrzeni ostatnich 5 lat zrealizowała liczne projekty szkoleniowe i doradcze, pomagając firmom w budowaniu struktur sprzedaży, rozwijaniu sieci handlowych, wdrażaniu procedur marketingowych i sprzedażowych, również z wykorzystaniem nowoczesnych narzędzi internetowych.

Jako trener i wykładowca zrealizowała ponad 3000 godzin szkoleń, w tym ponad 2000 godzin dofinansowanych w ramach BUR i KFS. Specjalizuje się w szkoleniach z budowania i efektywności marki osobistej, prowadzenia mediów społecznościowych, projektowania stron internetowych, obsługi biura i pracy w zawodzie Wirtualnej Asystentki. Prowadzi także autorskie projekty rozwojowe dla trenerów i szkoleniowców, pomagając im przygotować oferty szkoleniowe, zdobywać dofinansowanie oraz rozwijać ich działalność edukacyjną.

Jako certyfikowany audytor doskonale rozumie wagę standardów jakości, procedur i zgodności z regulacjami – zarówno w kontekście prowadzenia działalności gospodarczej, jak i w realizacji projektów rozwojowych. Dzięki temu skutecznie wspiera firmy i instytucje w przygotowaniu do audytów, weryfikacji dokumentacji oraz wdrażaniu działań naprawczych i usprawniających.

Aktywnie wspiera przedsiębiorstwa i organizacje w pozyskiwaniu różnego rodzaju wsparcia – od doradztwa biznesowego, przez projektowanie strategii marketingowych, po przygotowanie wniosków o dotacje.



2 z 2

HANNA WALKOWIAK-BARAŃSKA

Absolwentka Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu (specjalność Biznes Międzynarodowy) oraz licznych studiów podyplomowych:

- "Public Relations i strategiczne komunikowanie w firmach" w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie
- „Zarządzanie w opiece zdrowotnej” na Uniwersytecie Medycznym w Poznaniu
- „Nowy Marketing” w Collegium da Vinci w Poznaniu

Podczas swojej drogi zawodowej pracowała jako Rzecznik prasowy oraz szefowa marketingu w szpitalu klinicznym w Poznaniu.

Bogate doświadczenie zawodowe oraz umiejętności zdobyte podczas pracy na sali szkoleniowej.

Ulubiony zakres tematyczny szkoleń to tematyka z zakresu:

- szkolenia z zakresu sprzedaży,
- szkolenia z zakresu wizerunku w sieci
- szkolenia z zakresu Public Relations i wystąpień publicznych
- szkolenia z nowoczesnych kanałów społecznościowych (social media)
- szkolenia z budowania wizerunku offline
- warsztaty praktyczne z zakresu doradztwa sprzedażowego oraz marketingowego
- doradztwo związane ze strategią marketingową
- szkolenia z tematyki związanej z pozyskaniem dofinansowania na rozwój firmy

Podczas Perspektywy unijnej 2014-2020 tworzyła z sukcesami projekty o wartości ponad 40 milionów złotych w ramach PO LiŚ oraz WRPO. Współpracowała z fundacjami takimi jak Siepomaga i WOŚP.

Przepracowała ponad 300 godzin na sali szkoleniowej i posiada niezbędne doświadczenie w tym zakresie.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymują komplet materiałów szkoleniowych w formie drukowanej i/lub elektronicznej, zawierających omówienie realizowanych modułów, najważniejsze zagadnienia merytoryczne oraz treści pomocnicze wspierające proces uczenia się i praktyczne wykorzystanie wiedzy po zakończeniu szkolenia.

Na wniosek uczestnika materiały dydaktyczne mogą zostać dostosowane do indywidualnych potrzeb osób ze szczególnymi potrzebami, w zakresie możliwym do realizacji przez Dostawcę Usługi.

Warunki uczestnictwa

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: 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.

Adres

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

W pełni wyposażona sala szkoleniowa Unico.

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Wi-fi
- Laboratorium komputerowe

Kontakt



RAFAŁ LISSER

E-mail kontakt@unico.org.pl

Telefon (+48) 724 787 771