



Szkolenie: Public Relations i budowanie wizerunku przedsiębiorstwa

Numer usługi 2026/06/25/145277/3650847

4 425,00 PLN brutto

4 425,00 PLN netto

184,38 PLN brutto/h

184,38 PLN netto/h

250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

grantUp Alicja Nowak

★★★★★ 5,0 / 5

1 060 ocen

📍 Domasław

🏢 Usługa szkoleniowa

📄 stacjonarna

👥 Zajęcia grupowe

🕒 24:00 h

📅 17.07.2026 do 19.07.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Szkolenie skierowane jest do osób odpowiedzialnych za obsługę klientów, przygotowywanie materiałów informacyjnych, wsparcie działań organizacyjnych oraz komunikację przedsiębiorstwa z klientami.

Szkolenie przeznaczone jest dla osób posiadających podstawową wiedzę z zakresu marketingu oraz komunikacji z klientem, chcących rozwinąć kompetencje w obszarze Public Relations i budowania profesjonalnego wizerunku przedsiębiorstwa.

Nie występują dodatkowe wymagania.

Minimalna liczba uczestników

2

Maksymalna liczba uczestników

4

Data zakończenia rekrutacji

16-07-2026

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Certyfikat ICVC - SURE (Standard Usług Rozwojowych w Edukacji): Norma zarządzania jakością w zakresie świadczenia usług rozwojowych

Cel

Cel edukacyjny

Celem szkolenia jest przygotowanie uczestniczki do prowadzenia spójnej komunikacji przedsiębiorstwa z klientami i otoczeniem, budowania pozytywnego wizerunku marki, zarządzania relacjami z klientami oraz wykorzystywania narzędzi Public Relations wspierających rozpoznawalność przedsiębiorstwa i sprzedaż usług. Szkolenie rozwija kompetencje niezbędne do profesjonalnego prowadzenia komunikacji marketingowej oraz wzmocnienia reputacji firmy.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik wyjaśnia zasady Public Relations oraz omawia znaczenie budowania spójnego wizerunku przedsiębiorstwa i profesjonalnej komunikacji z klientami	Uczestnik charakteryzuje podstawowe narzędzia Public Relations	Test teoretyczny
	Uczestnik rozróżnia działania marketingowe i działania PR	Test teoretyczny
	Uczestnik omawia zasady budowania pozytywnego wizerunku przedsiębiorstwa	Test teoretyczny
	Uczestnik opisuje znaczenie spójnej komunikacji we wszystkich kanałach kontaktu z klientami, wyjaśnia zasady zarządzania opiniami klientów	Test teoretyczny
Uczestnik przygotowuje działania Public Relations wspierające budowanie wizerunku przedsiębiorstwa oraz prowadzi profesjonalną komunikację z klientami	Uczestnik opracowuje plan działań PR dla przedsiębiorstwa	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Uczestnik przygotowuje komunikaty informacyjne i promocyjne	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Uczestnik tworzy treści do publikacji w kanałach komunikacji elektronicznej	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Uczestnik przygotowuje odpowiedzi na opinie i komentarze klientów	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Uczestnik planuje harmonogram działań komunikacyjnych zgodnie z potrzebami przedsiębiorstwa	Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik buduje pozytywne relacje z klientami oraz dba o profesjonalny wizerunek przedsiębiorstwa poprzez odpowiedzialną i spójną komunikację	Uczestnik komunikuje się z klientami zgodnie ze standardami profesjonalnej obsługi	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Uczestnik dobiera sposób komunikacji do sytuacji oraz odbiorcy	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Uczestnik dba o spójność przekazywanych informacji	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Uczestnik proponuje rozwiązania wspierające budowanie pozytywnego wizerunku przedsiębiorstwa	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Uczestnik wykonuje powierzone zadania z odpowiedzialnością i należytą starannością	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

Szkolenie skierowane jest do osób odpowiedzialnych za obsługę klientów, przygotowywanie materiałów informacyjnych, wsparcie działań organizacyjnych oraz komunikację przedsiębiorstwa z klientami.

Szkolenie przeznaczone jest dla osób posiadających podstawową wiedzę z zakresu marketingu oraz komunikacji z klientem, chcących rozwinąć kompetencje w obszarze Public Relations i budowania profesjonalnego wizerunku przedsiębiorstwa.

Nie występują dodatkowe wymagania.

Celem szkolenia jest przygotowanie uczestniczki do prowadzenia spójnej komunikacji przedsiębiorstwa z klientami i otoczeniem, budowania pozytywnego wizerunku marki, zarządzania relacjami z klientami oraz wykorzystywania narzędzi Public Relations wspierających rozpoznawalność przedsiębiorstwa i sprzedaż usług. Szkolenie rozwija kompetencje niezbędne do profesjonalnego prowadzenia komunikacji marketingowej oraz wzmocnienia reputacji firmy.

W celu osiągnięcia efektów uczenia się wymaga się od uczestniczki pełnego zaangażowania w uczestnictwo w zajęciach. Pomiędzy zajęciami wymagamy aktywności uczestnika w social mediach.

Ramowy program usługi:

Moduł 1. Podstawy Public Relations w przedsiębiorstwie

Zakres:

- istota i cele Public Relations,
- różnice pomiędzy marketingiem, reklamą i PR,
- budowanie zaufania do marki,
- identyfikacja grup interesariuszy,
- znaczenie spójnej komunikacji przedsiębiorstwa.

Moduł 2. Budowanie wizerunku przedsiębiorstwa w kanałach komunikacji

Zakres:

- tworzenie spójnego wizerunku firmy,
- komunikacja w mediach społecznościowych,
- planowanie kalendarza publikacji,
- przygotowywanie treści budujących wizerunek,
- komunikacja zgodna z identyfikacją wizualną przedsiębiorstwa,
- zasady publikowania materiałów promocyjnych.

Moduł 3. Komunikacja z klientem i zarządzanie opiniami (5 godzin)

Zakres:

- profesjonalna komunikacja z klientami,
- odpowiadanie na opinie i komentarze,
- budowanie relacji z klientami,
- reagowanie na sytuacje trudne i kryzysowe,
- zasady komunikacji online.

Moduł 4. Warsztaty praktyczne – plan działań PR przedsiębiorstwa

Zakres:

- opracowanie planu komunikacji przedsiębiorstwa,
- przygotowanie komunikatów informacyjnych,
- tworzenie treści do mediów społecznościowych,
- przygotowanie odpowiedzi na opinie klientów,
- opracowanie harmonogramu działań PR,
- analiza przykładów dobrych praktyk.

Moduł 5. Walidacja efektów uczenia się (2 godziny)

Formy walidacji

- test wiedzy,

- obserwacja w warunkach symulowanych – wykonanie zadania praktycznego polegającego na opracowaniu planu działań Public Relations dla przedsiębiorstwa.

Efekty uczenia się

Wiedza

Uczestniczka wyjaśnia zasady Public Relations oraz omawia znaczenie budowania spójnego wizerunku przedsiębiorstwa i profesjonalnej komunikacji z klientami.

Kryteria weryfikacji

- charakteryzuje podstawowe narzędzia Public Relations,
- rozróżnia działania marketingowe i działania PR,
- omawia zasady budowania pozytywnego wizerunku przedsiębiorstwa,
- opisuje znaczenie spójnej komunikacji we wszystkich kanałach kontaktu z klientami,
- wyjaśnia zasady zarządzania opiniami klientów.

Umiejętności

Uczestniczka przygotowuje działania Public Relations wspierające budowanie wizerunku przedsiębiorstwa oraz prowadzi profesjonalną komunikację z klientami.

Kryteria weryfikacji

- opracowuje plan działań PR dla przedsiębiorstwa,
- przygotowuje komunikaty informacyjne i promocyjne,
- tworzy treści do publikacji w kanałach komunikacji elektronicznej,
- przygotowuje odpowiedzi na opinie i komentarze klientów,
- planuje harmonogram działań komunikacyjnych zgodnie z potrzebami przedsiębiorstwa.

Kompetencje społeczne

Uczestniczka buduje pozytywne relacje z klientami oraz dba o profesjonalny wizerunek przedsiębiorstwa poprzez odpowiedzialną i spójną komunikację.

Kryteria weryfikacji

- komunikuje się z klientami zgodnie ze standardami profesjonalnej obsługi,
- dobiera sposób komunikacji do sytuacji oraz odbiorcy,
- dba o spójność przekazywanych informacji,
- proponuje rozwiązania wspierające budowanie pozytywnego wizerunku przedsiębiorstwa,
- wykonuje powierzone zadania z odpowiedzialnością i należytą starannością.

Walidacja

Sposób organizacji walidacji

Walidacja składa się z części teoretycznej i praktycznej.

Test wiedzy ma formę pisemną i obejmuje zagadnienia dotyczące Public Relations, budowania wizerunku przedsiębiorstwa, komunikacji z klientami, zarządzania opiniami oraz planowania działań komunikacyjnych.

Warunkiem zaliczenia testu jest uzyskanie minimum **80% poprawnych odpowiedzi**.

Następnie uczestniczka wykonuje **zadanie praktyczne**, polegające na opracowaniu planu działań Public Relations dla przedsiębiorstwa, przygotowaniu komunikatu informacyjnego oraz zaplanowaniu sposobu komunikacji z klientami i reagowania na opinie.

Walidator obserwuje przebieg wykonywania zadania bez udzielania wskazówek.

Kryteria zaliczenia zadania praktycznego

- poprawnie analizuje potrzeby komunikacyjne przedsiębiorstwa,
- przygotowuje spójny plan działań PR,
- tworzy poprawne merytorycznie komunikaty,
- dobiera odpowiednie kanały komunikacji,
- prawidłowo planuje sposób reagowania na opinie klientów,
- wykonuje zadanie samodzielnie oraz zgodnie z zasadami profesjonalnej komunikacji.

Warunkiem zaliczenia części praktycznej jest spełnienie minimum **80% kryteriów oceny**. Nie dopuszcza się błędów merytorycznych świadczących o nieosiągnięciu efektów uczenia się.

Pozytywny wynik walidacji wymaga zaliczenia zarówno części teoretycznej, jak i praktycznej.

Liczba godzin zajęć teoretycznych: 9 godzin

Liczba godzin zajęć praktycznych: 11 godzin

Przerwy: 3 godziny

Walidacja: 1 godzina

Razem 24 godzin

Warunki organizacyjne: Szkolenie odbędzie się w profesjonalnie wyposażonej (tablica, rzutnik) sali szkoleniowej.

Uczestnicy otrzymają materiały szkoleniowe w postaci skrypu w pierwszy dzień szkolenia.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 12

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 12 Moduł 1. Podstawy Public Relations w przedsiębiorstwie - teoria	Zajęcia	KATARZYNA GRAJEK	17-07-2026	09:00	12:00	03:00
2 z 12 Moduł 2. Budowanie wizerunku przedsiębiorstwa w kanałach komunikacji - teoria	Zajęcia	KATARZYNA GRAJEK	17-07-2026	12:00	13:00	01:00
3 z 12 -	Przerwa	-	17-07-2026	13:00	14:00	01:00

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
4 z 12 Moduł 2. Budowanie wizerunku przedsiębiorstwa w kanałach komunikacji - praktyka	Zajęcia	KATARZYNA GRAJEK	17-07-2026	14:00	17:00	03:00
5 z 12 Moduł 3. Komunikacja z klientem i zarządzanie opiniami - teoria	Zajęcia	KATARZYNA GRAJEK	18-07-2026	09:00	11:00	02:00
6 z 12 Moduł 3. Komunikacja z klientem i zarządzanie opiniami - praktyka	Zajęcia	KATARZYNA GRAJEK	18-07-2026	11:00	13:00	02:00
7 z 12 -	Przerwa	-	18-07-2026	13:00	14:00	01:00
8 z 12 Moduł 4. Warsztaty praktyczne – plan działań PR przedsiębiorstwa - praktyka	Zajęcia	KATARZYNA GRAJEK	18-07-2026	14:00	17:00	03:00
9 z 12 Moduł 4. Warsztaty praktyczne – plan działań PR przedsiębiorstwa - praktyka	Zajęcia	KATARZYNA GRAJEK	19-07-2026	09:00	13:00	04:00
10 z 12 -	Przerwa	-	19-07-2026	13:00	14:00	01:00
11 z 12 Moduł 4. Warsztaty praktyczne – plan działań PR przedsiębiorstwa - praktyka	Zajęcia	KATARZYNA GRAJEK	19-07-2026	14:00	16:00	02:00

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
12 z 12 -	Walidacja	-	19-07-2026	16:00	17:00	01:00

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	24:00
w tym suma godzin zajęć	20:00
w tym suma godzin walidacji	01:00
w tym suma przerw	03:00
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	28:00

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	4 425,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT	
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	4 425,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	184,38 PLN
Koszt osobogodziny netto	184,38 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	24:00

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

KATARZYNA GRAJEK

Od ponad 10 lat prowadzi marketing internetowy różnych firm. Od dwóch lat prowadzi szkolenia i konsultacje w zakresie marketingu internetowego.

Konsultant w zakresie marketingu internetowego dla firm w procesach zmian asortymentu i dynamicznego wzrostu i innych. Pracuje z właścicielami i wyższą kadrą menedżerską nad wdrażaniem zmian w zakresie branding, sprzedaży i marketingu.

Doświadczony marketingowiec - zrealizowała ponad 850 projektów marketingowych, obecnie prowadzi 12 profili firmowych w mediach społecznościowych, zarządza marketingiem 4 firm. Zrealizowała 200 godzin szkoleń i konsultacji w zakresie marketingu.

Realizowała projekty dla korporacji, mikro, małych, średnich i dużych firm. Wspiera firmy o charakterze startupów we wdrażaniu marketingu produktów. Trener posiada nieprzerwane i ciągle doświadczenie zawodowe w branży od co najmniej pięciu lat

Wykształcenie wyższe.

Ukończyła kursy: Marketing internetowy dla firm, Media społecznościowe bez tajemnic, Akademia Google i wiele innych.

W okresie 24 miesięcy poprzedzających rozpoczęcie usługi zrealizowała ponad 100h szkoleń z podobnego zakresu.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymają materiały szkoleniowe w postaci skrypu w pierwszy dzień szkolenia.

Informacje dodatkowe

Dla osób korzystających z dofinansowania wymagana jest minimalna frekwencja na poziomie 80% zajęć, potwierdzone listą obecności.

Uczestnik po zakończeniu szkolenia otrzyma certyfikat.

Usługodawca nie jest płatnikiem podatku VAT. W przypadku uczestników, którzy mają dofinansowanie za środków publicznych, w wysokości min. 70%, stosuje zwolnienie z VAT następuje na podstawie: art. 43 ust. 1 pkt 29 ustawy o VAT oraz § 3 ust. 1 pkt 13 i 14 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20 grudnia 2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień (Dz.U. z 2018 r. poz. 701).

Adres

ul. Wrocławska 24/-

55-040 Domasław

woj. dolnośląskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Alicja Nowak

E-mail alicja.mnowak@gmail.com

Telefon (+48) 730 891 919