



LINDA PARYS

★★★★★ 5,0 / 5

3 oceny

Profesjonalne zarządzanie marką hotelową – strategia, marketing cyfrowy, AI i zrównoważony rozwój

Numer usługi 2026/09/07/194906/3794929

📍 Malbork

🏠 Usługa szkoleniowa

📅 stacjonarna

👥 Zajęcia grupowe

🕒 48:00 h

📅 19.11.2026 do 04.12.2026

11 217,60 PLN brutto

9 120,00 PLN netto

233,70 PLN brutto/h

190,00 PLN netto/h

250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Szkolenie skierowane jest do właścicieli, współwłaścicieli, managerów oraz pracowników hoteli i obiektów noclegowych odpowiedzialnych za rozwój marki, marketing, sprzedaż, komunikację, media społecznościowe, content marketing, promocję usług oraz projektowanie doświadczeń gości.

Usługa przeznaczona jest również dla osób zaangażowanych w tworzenie materiałów foto-video, wykorzystywanie narzędzi i kanałów cyfrowych w komunikacji hotelu oraz planowanie działań marketingowych z wykorzystaniem nowych technologii, w tym narzędzi opartych na AI.

Szkolenie jest skierowane także do osób, które chcą rozwijać kompetencje związane ze zrównoważonym rozwojem w branży hotelarskiej, w szczególności w zakresie identyfikowania zielonych trendów, uwzględniania zasad odpowiedzialności środowiskowej w rozwoju marki i oferty hotelu oraz komunikowania działań prośrodowiskowych w sposób rzetelny i pozwalający unikać greenwashingu.

Minimalna liczba uczestników

2

Maksymalna liczba uczestników

7

Data zakończenia rekrutacji

18-11-2026

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 uczestnika do samodzielnego rozwijania marki hotelowej z wykorzystaniem narzędzi i technologii cyfrowych oraz zasad zrównoważonego rozwoju. Uczestnik projektuje komunikację w kanałach cyfrowych, wykorzystuje AI w marketingu, tworzy i przygotowuje materiały foto-video oraz identyfikuje rozwiązania ograniczające negatywny wpływ działalności hotelowej na środowisko i zasady rzetelnego komunikowania działań prośrodowiskowych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Charakteryzuje zasady projektowania strategii marki hotelowej dostosowanej do potrzeb klientów i warunków rynkowych.	Uczestnik wskazuje elementy strategii marki hotelowej; rozróżnia wartości, wyróżniki i USP marki; identyfikuje grupy docelowe i ich potrzeby; rozpoznaje zasady pozycjonowania marki względem konkurencji; wskazuje kierunki rozwoju marki.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Charakteryzuje zasady zrównoważonego rozwoju i ich zastosowanie w branży hotelarskiej.	Uczestnik identyfikuje zielone trendy w hotelarstwie i turystyce; rozpoznaje rozwiązania ograniczające negatywny wpływ działalności hotelowej na środowisko; wskazuje sposoby odpowiedzialnego gospodarowania zasobami; rozpoznaje potrzeby gości związane ze zrównoważoną turystyką; wskazuje możliwości uwzględnienia zasad zrównoważonego rozwoju w ofercie hotelu.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Charakteryzuje zasady rzetelnej komunikacji działań prośrodowiskowych marki hotelowej.	Uczestnik rozpoznaje zasady komunikowania działań środowiskowych; rozróżnia rzetelną komunikację prośrodowiskową od greenwashingu; identyfikuje ryzyka związane z nieprecyzyjnymi deklaracjami środowiskowymi; dobiera sposób komunikacji działań prośrodowiskowych do odbiorcy i kanału.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Charakteryzuje możliwości wykorzystania narzędzi i technologii cyfrowych, w tym AI, w marketingu marki hotelowej.	Uczestnik identyfikuje zastosowania AI w marketingu hotelowym; dobiera narzędzia cyfrowe do określonych działań; wskazuje możliwości wykorzystania AI do researchu, analizy trendów i tworzenia koncepcji treści; rozpoznaje zasady weryfikacji treści tworzonych przy wsparciu AI.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Charakteryzuje zasady projektowania komunikacji i content marketingu marki hotelowej w kanałach cyfrowych.	Uczestnik identyfikuje cyfrowe punkty styku klienta z marką; dobiera kanały cyfrowe do etapów customer journey; określa cele i filary content marketingu; dobiera formaty treści do kanałów; rozpoznaje zasady storytellingu, hooków i CTA oraz ponownego wykorzystania treści.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Charakteryzuje zasady współpracy marki hotelowej z influencerami i twórcami internetowymi.	Uczestnik dobiera rodzaj twórcy do grupy docelowej i charakteru marki; rozróżnia modele współpracy; wskazuje elementy briefu; określa cele i zakres współpracy; identyfikuje sposoby wykorzystania materiałów twórcy i oceny efektów kampanii.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Charakteryzuje zasady tworzenia cyfrowych materiałów foto i video na potrzeby komunikacji marki hotelowej.	Uczestnik dobiera format foto-video do celu komunikacyjnego; rozpoznaje zasady tworzenia scenariusza i shot listy; rozróżnia rodzaje ujęć; wskazuje zasady kadrowania, kompozycji i wykorzystania światła; rozpoznaje zasady nagrywania smartfonem i wykorzystania B-rollu.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Charakteryzuje zasady cyfrowego montażu i przygotowania materiałów video do publikacji w mediach społecznościowych.	Uczestnik rozpoznaje zasady selekcji i montażu materiału; dobiera strukturę i tempo krótkiego video; rozpoznaje zasady wykorzystania napisów, tekstu, muzyki i dźwięku; wskazuje wymagania dotyczące formatowania materiałów do publikacji w kanałach społecznościowych.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Charakteryzuje zasady organizacji cyfrowego systemu produkcji contentu marki hotelowej.	Uczestnik wskazuje zasady organizacji i archiwizacji materiałów cyfrowych; rozpoznaje zasady tworzenia banku zdjęć, video i B-roll; wskazuje sposoby cyklicznej produkcji i ponownego wykorzystania contentu; rozpoznaje zasady organizacji workflow w zespole.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

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 – Strategy Lab – Strategia marki hotelowej i audyt obecnych działań

1. Fundamenty marki hotelowej – rola marki, wartości, charakter, wyróżniki, USP i DNA marki.
2. Grupy docelowe i potrzeby współczesnych gości – segmentacja, potrzeby, oczekiwania i motywacje klientów.
3. Pozycjonowanie marki – analiza konkurencji, benchmarki, określanie pozycji hotelu i przewag konkurencyjnych.
4. Audyt komunikacji marki – strona internetowa, kanały cyfrowe, social media, materiały promocyjne, spójność komunikacji.
5. Warsztat – określenie DNA marki, wartości, wyróżników, USP i kierunków komunikacji.

Dzień 2 – Sustainable & Future Hospitality Lab – zrównoważony rozwój i trendy w hotelarstwie

1. Zrównoważony rozwój w turystyce i hotelarstwie – znaczenie środowiskowego wymiaru zrównoważonego rozwoju dla branży hospitality.
2. Zielone trendy i zmieniające się oczekiwania gości – odpowiedzialna turystyka, świadome wybory klientów, lokalność i ograniczanie wpływu środowiskowego.
3. Rozwiązania ograniczające negatywny wpływ działalności hotelowej na środowisko – racjonalne wykorzystanie energii i wody, ograniczanie odpadów, odpowiedzialne wykorzystanie zasobów oraz dobre praktyki możliwe do zastosowania w obiektach hotelowych.
4. Zrównoważony rozwój w ofercie i doświadczeniu gościa – przekładanie zielonych trendów na rozwój usług, komunikację i customer experience.
5. Odpowiedzialna komunikacja środowiskowa – zasady rzetelnego informowania o działaniach prośrodowiskowych, wiarygodność deklaracji i rozpoznawanie greenwashingu.
6. Future thinking i kompetencje jutra – analiza trendów i sygnałów zmian, wpływ technologii i zmian środowiskowych na przyszłość branży.
7. Warsztat – analiza zielonych trendów oraz identyfikacja możliwych działań z zakresu zrównoważonego rozwoju dla marki hotelowej.

Dzień 3 – Digital Communication & AI Lab – komunikacja cyfrowa, customer journey i AI

1. Cyfrowa ścieżka wyboru hotelu – inspiracja, wyszukiwanie, porównywanie ofert, rezerwacja, pobyt i komunikacja po pobycie.
2. Cyfrowe punkty styku klienta z marką – strona internetowa, Google, OTA, Instagram, Facebook, TikTok, YouTube, e-mail.
3. Projektowanie systemu komunikacji cyfrowej – dobór kanałów do grup docelowych i etapów customer journey.
4. AI i narzędzia cyfrowe w marketingu hotelowym – zastosowanie AI w researchu, analizie trendów, generowaniu pomysłów i przygotowywaniu koncepcji treści.
5. Odpowiedzialne wykorzystanie AI – weryfikowanie treści i informacji przygotowanych z wykorzystaniem narzędzi AI.
6. Opinie, rekomendacje i user generated content w cyfrowym procesie zakupowym.
7. Warsztat – customer journey, mapa cyfrowych punktów styku oraz zastosowanie narzędzi AI w komunikacji marki.

Dzień 4 – Digital Content Lab – content marketing i influencer marketing

1. Strategia content marketingu w kanałach cyfrowych – cele, filary komunikacji, formaty i bank tematów.
2. Storytelling marki hotelowej – historia marki, miejsca, ludzi, lokalności i doświadczeń gości.
3. Projektowanie angażujących treści cyfrowych – copywriting, hooki, CTA, serie contentowe i krótkie formaty.
4. Repurposing – ponowne wykorzystywanie i dostosowywanie treści do różnych kanałów cyfrowych.
5. Influencer marketing – dobór twórców do marki i grupy docelowej, współpraca barterowa i płatna.

- 6. Planowanie współpracy z twórcami – cele, brief, zakres działań, wykorzystanie materiałów oraz ocena efektów.
- 7. Warsztat – przygotowanie koncepcji contentu cyfrowego i projektu współpracy z twórcą.

Dzień 5 – Digital Video Content Lab – projektowanie i realizacja materiałów foto-video

- 1. Cyfrowe materiały foto-video w komunikacji hotelu – Reels, TikTok, Shorts i inne krótkie formaty.
- 2. Storytelling video – struktura materiału, hook, rozwinięcie, zakończenie i CTA.
- 3. Planowanie produkcji – scenariusz, shot list, plan nagrań i przygotowanie lokalizacji.
- 4. Tworzenie materiałów przy użyciu smartfona – kadrowanie, kompozycja, perspektywa, ruch kamery, stabilizacja i światło.
- 5. Dźwięk, wypowiedzi i B-roll – zasady przygotowania materiału do dalszej cyfrowej obróbki.
- 6. Warsztat – przygotowanie i realizacja własnych materiałów foto-video.

Dzień 6 – Digital Video & Content Workflow Lab – montaż i cyfrowy system produkcji contentu

- 1. Montaż krótkich materiałów video – selekcja materiału, struktura, kolejność ujęć, tempo i rytm.
- 2. Cyfrowa obróbka materiału – tekst, napisy, muzyka, dźwięk i elementy wspierające przekaz.
- 3. Przygotowanie materiałów do publikacji – formatowanie materiałów dla Reels, TikTok i Shorts.
- 4. Organizacja cyfrowych zasobów – archiwizacja, bank zdjęć, video i B-roll.
- 5. Cyfrowy workflow zespołu – cykliczna produkcja contentu, ponowne wykorzystanie materiałów i organizacja pracy.
- 6. Warsztat – montaż i przygotowanie materiału do publikacji.
- 7. Walidacja efektów uczenia się – test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 52

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 52 Fundamenty marki hotelowej	Zajęcia	Linda Parys	19-11-2026	08:00	09:30	01:30
2 z 52 -	Przerwa	-	19-11-2026	09:30	09:45	00:15
3 z 52 Grupy docelowe i potrzeby gości	Zajęcia	Linda Parys	19-11-2026	09:45	11:15	01:30
4 z 52 -	Przerwa	-	19-11-2026	11:15	11:45	00:30
5 z 52 Pozycjonowanie marki	Zajęcia	Linda Parys	19-11-2026	11:45	13:15	01:30
6 z 52 -	Przerwa	-	19-11-2026	13:15	13:30	00:15
7 z 52 Audyt obecnej komunikacji	Zajęcia	Linda Parys	19-11-2026	13:30	14:45	01:15

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
8 z 52 Warsztat praktyczny – DNA marki, wartości, wyróżniki, USP i kierunek komunikacji	Zajęcia	Linda Parys	19-11-2026	14:45	16:00	01:15
9 z 52 Zrównoważony rozwój i zielone trendy w turystyce i hospitality	Zajęcia	Linda Parys	20-11-2026	08:00	09:30	01:30
10 z 52 -	Przerwa	-	20-11-2026	09:30	09:45	00:15
11 z 52 Zielone trendy w komunikacji i marketingu marki hotelowej – odpowiedzialna komunikacja i greenwashing	Zajęcia	Linda Parys	20-11-2026	09:45	11:15	01:30
12 z 52 -	Przerwa	-	20-11-2026	11:15	11:45	00:30
13 z 52 Future thinking w rozwoju hotelu – zmiany środowiskowe, społeczne i technologiczne	Zajęcia	Linda Parys	20-11-2026	11:45	13:15	01:30
14 z 52 -	Przerwa	-	20-11-2026	13:15	13:30	00:15

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
15 z 52 Zielone trendy jako źródło innowacji – odpowiedzialne gospodarowanie zasobami i ograniczanie wpływu działalności hotelowej na środowisko	Zajęcia	Linda Parys	20-11-2026	13:30	14:45	01:15
16 z 52 Warsztat praktyczny – mapa trendów i kierunki zrównoważonego rozwoju marki hotelowej	Zajęcia	Linda Parys	20-11-2026	14:45	16:00	01:15
17 z 52 Proces wyboru hotelu	Zajęcia	Linda Parys	26-11-2026	08:00	09:15	01:15
18 z 52 -	Przerwa	-	26-11-2026	09:15	09:30	00:15
19 z 52 Ścieżka klienta – customer journey	Zajęcia	Linda Parys	26-11-2026	09:30	10:45	01:15
20 z 52 -	Przerwa	-	26-11-2026	10:45	11:15	00:30
21 z 52 Cyfrowe punkty styku klienta z marką	Zajęcia	Linda Parys	26-11-2026	11:15	12:30	01:15
22 z 52 -	Przerwa	-	26-11-2026	12:30	12:45	00:15
23 z 52 System komunikacji cyfrowej marki hotelowej i wykorzystanie narzędzi AI	Zajęcia	Linda Parys	26-11-2026	12:45	14:00	01:15

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
24 z 52 Opinie, rekomendacje i user generated content	Zajęcia	Linda Parys	26-11-2026	14:00	14:45	00:45
25 z 52 Warsztat praktyczny – customer journey, cyfrowe punkty styku i wykorzystanie AI w komunikacji	Zajęcia	Linda Parys	26-11-2026	14:45	16:00	01:15
26 z 52 Strategia contentowa hotelu w kanałach cyfrowych	Zajęcia	Anna Kozubska-Leonarcik	27-11-2026	08:00	09:15	01:15
27 z 52 -	Przerwa	-	27-11-2026	09:15	09:30	00:15
28 z 52 Storytelling marki	Zajęcia	Anna Kozubska-Leonarcik	27-11-2026	09:30	10:45	01:15
29 z 52 -	Przerwa	-	27-11-2026	10:45	11:15	00:30
30 z 52 Tworzenie angażujących treści	Zajęcia	Anna Kozubska-Leonarcik	27-11-2026	11:15	12:30	01:15
31 z 52 -	Przerwa	-	27-11-2026	12:30	12:45	00:15
32 z 52 Influencer marketing w hotelarstwie	Zajęcia	Anna Kozubska-Leonarcik	27-11-2026	12:45	14:00	01:15
33 z 52 Planowanie współpracy z twórcami	Zajęcia	Anna Kozubska-Leonarcik	27-11-2026	14:00	14:45	00:45

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
34 z 52 Warsztat praktyczny – content i projekt współpracy z twórcą	Zajęcia	Anna Kozubska-Leonarcik	27-11-2026	14:45	16:00	01:15
35 z 52 Video w komunikacji marki hotelowej	Zajęcia	Anna Kozubska-Leonarcik	03-12-2026	08:00	09:15	01:15
36 z 52 -	Przerwa	-	03-12-2026	09:15	09:30	00:15
37 z 52 Storytelling video	Zajęcia	Anna Kozubska-Leonarcik	03-12-2026	09:30	10:45	01:15
38 z 52 -	Przerwa	-	03-12-2026	10:45	11:15	00:30
39 z 52 Planowanie materiałów – scenariusz, shot list i przygotowanie lokacji	Zajęcia	Anna Kozubska-Leonarcik	03-12-2026	11:15	12:30	01:15
40 z 52 -	Przerwa	-	03-12-2026	12:30	12:45	00:15
41 z 52 Nagrywanie smartfonem – kadrowanie, kompozycja, ruch i światło	Zajęcia	Anna Kozubska-Leonarcik	03-12-2026	12:45	14:00	01:15
42 z 52 Dźwięk, wypowiedzi i B-roll	Zajęcia	Anna Kozubska-Leonarcik	03-12-2026	14:00	14:45	00:45
43 z 52 Warsztat praktyczny – realizacja materiałów foto i video	Zajęcia	Anna Kozubska-Leonarcik	03-12-2026	14:45	16:00	01:15

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
44 z 52 Podstawy montażu short video	Zajęcia	Anna Kozubska-Leonarcik	04-12-2026	08:00	09:15	01:15
45 z 52 -	Przerwa	-	04-12-2026	09:15	09:30	00:15
46 z 52 Tekst, dźwięk i elementy wspierające przekaz	Zajęcia	Anna Kozubska-Leonarcik	04-12-2026	09:30	10:45	01:15
47 z 52 -	Przerwa	-	04-12-2026	10:45	11:15	00:30
48 z 52 Przygotowanie materiałów do publikacji	Zajęcia	Anna Kozubska-Leonarcik	04-12-2026	11:15	12:30	01:15
49 z 52 -	Przerwa	-	04-12-2026	12:30	12:45	00:15
50 z 52 Organizacja contentu i workflow zespołu	Zajęcia	Anna Kozubska-Leonarcik	04-12-2026	12:45	14:00	01:15
51 z 52 Warsztat praktyczny – montaż i przygotowanie materiału do publikacji	Zajęcia	Anna Kozubska-Leonarcik	04-12-2026	14:00	15:30	01:30
52 z 52 -	Walidacja	Linda Parys	04-12-2026	15:30	16:00	00:30

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	48:00
w tym suma godzin zajęć	41:30
w tym suma godzin walidacji	00:30
w tym suma przerw	06:00

Rodzaj godzin

Liczba godzin

Suma godzin dydaktycznych bez przerw

56:00

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 ze 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	11 217,60 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	9 120,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	233,70 PLN
Koszt osobogodziny netto	190,00 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	48:00

Prowadzący

Liczba prowadzących: 2



1 z 2

Linda Parys

Trenerka kreatywności, strażniczka marek, brand coach oraz fasilitatorka LEGO® Serious Play® i journalingu. Specjalizuje się w obszarze rozwoju kompetencji przyszłości, budowania marek osobistych i firmowych, komunikacji, kreatywności oraz zarządzania zmianą.

W ostatnich 5 latach prowadziła liczne szkolenia, warsztaty, wykłady oraz sesje indywidualne dla przedsiębiorców, liderów i zespołów z zakresu strategii marki, komunikacji, social mediów, rozwoju osobistego oraz budowania widoczności marek. Od 7 lat prowadzi własną agencję kreatywną, wspierając firmy i przedsiębiorców w rozwijaniu kompetencji zawodowych, komunikacyjnych i biznesowych.

W pracy szkoleniowej wykorzystuje m.in. narzędzia LEGO® Serious Play®, MINDSONAR®, TOP360, Podróż Bohatera®, vision board oraz journaling. W 2025 roku zrealizowała projekt Creative Mindset Report dotyczący sprawczości i rozwoju zawodowego przedsiębiorców, prowadząc warsztat dla ponad 80 uczestników.

Posiada kwalifikacje potwierdzone ukończeniem studiów i programów rozwojowych, m.in. na Akademii Sztuk Pięknych we Wrocławiu, School of Form w Poznaniu (Zarządzanie Innowacją i Designem), GWSH w Katowicach (Fotografia w Terapii i Rozwoju Osobistym) oraz WSAiB w Gdyni (Brainologia i Zarządzanie Dobrostanem). Posiada akredytację coachingową International Coaching Community oraz ukończyła Creativity Workshop w Nowym Jorku.

Od 2017 roku pełni rolę mentorki w programie Biura Karier Uniwersytetu Wrocławskiego.



2 z 2

Anna Kozubska-Leonarcik

Anna Kozubska-Leonarcik – psycholożka, strateg komunikacji i twórczyni marki TravelStory.pl. Od 2018 roku działa w branży turystycznej, specjalizując się w komunikacji marek z obszaru travel, hospitality i lifestyle. W ostatnich 5 latach realizowała działania związane z tworzeniem strategii komunikacji, content marketingiem, storytellingiem oraz przygotowywaniem materiałów foto-video dla hoteli, marek komercyjnych, regionów i organizacji turystycznych działających w Polsce i Europie.

W swojej pracy łączy wiedzę z zakresu psychologii mediów i zachowań odbiorców z praktycznym doświadczeniem w analizowaniu potrzeb gości oraz czynników wpływających na wybór obiektów noclegowych. Zajmuje się planowaniem komunikacji w mediach społecznościowych, opracowywaniem koncepcji i scenariuszy treści, wykonywaniem zdjęć i nagrań oraz przygotowywaniem krótkich materiałów video przeznaczonych do publikacji online.

Posiada doświadczenie w zakresie tworzenia angażujących treści, projektowania narracji marki, planowania współpracy z twórcami internetowymi oraz organizacji procesu produkcji contentu. Ukończyła szkolenia specjalistyczne dotyczące fotografii, realizacji filmów i tworzenia treści cyfrowych. Jako prowadząca wykorzystuje przykłady i doświadczenia bezpośrednio związane z branżą hotelarską i turystyczną.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy szkolenia otrzymają materiały szkoleniowe w formie elektronicznej, obejmujące treści zgodne z zakresem tematycznym usługi, w tym materiały dotyczące strategii marki hotelowej, zrównoważonego rozwoju w branży hospitality, komunikacji i marketingu cyfrowego, wykorzystania AI, content marketingu, influencer marketingu oraz tworzenia materiałów foto i video.

W trakcie zajęć uczestnicy będą korzystać również z materiałów warsztatowych, ćwiczeń, przykładów i case studies przygotowanych przez trenerki. Materiały będą wykorzystywane do pracy indywidualnej i zespołowej podczas części praktycznej szkolenia.

Warunki uczestnictwa

Warunkiem uczestnictwa w usłudze jest przynależność do grupy docelowej wskazanej w Karcie Usługi.

Nie jest wymagane wcześniejsze specjalistyczne przygotowanie z zakresu marketingu, narzędzi cyfrowych, AI ani zrównoważonego rozwoju.

Ze względu na praktyczny charakter zajęć uczestnik powinien posiadać smartfon umożliwiający wykonywanie zdjęć i nagrywanie materiałów video.

Informacje dodatkowe

Usługa realizowana jest w formie stacjonarnej.

Zajęcia odbywają się w Sali Konferencyjnej Hotelu Malbork, ul. Parkowa 2, 82-200 Malbork.

W cenę usługi wliczone są materiały szkoleniowe oraz walidacja efektów uczenia się.

Walidacja odbywa się w formie testu teoretycznego z wynikiem generowanym automatycznie. Test obejmuje wszystkie efekty uczenia się i przypisane do nich kryteria weryfikacji, w tym efekty dotyczące kompetencji cyfrowych i zielonych.

Usługa rozwija kompetencje cyfrowe oraz zielone kompetencje w kontekście branży hotelarskiej i turystycznej.

Usługa może korzystać ze zwolnienia z podatku VAT w przypadku, gdy jest finansowana w co najmniej 70% ze środków publicznych, zgodnie z § 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. Parkowa 2
82-200 Malbork
woj. pomorskie

Zajęcia odbywają się w Sali Konferencyjnej Hotelu Malbork, ul. Parkowa 2, 82-200 Malbork.

Kontakt



LINDA PARYS

E-mail hello@lindaparys.pl

Telefon (+48) 505 999 335