



IQ CONSULTING
SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚ
CIĄ

★★★★★ 4,9 / 5

7 908 ocen

Szkolenie: Budowanie wizerunku pracodawcy (employer branding)

Numer usługi 2026/07/27/120895/3711166

📍 Koszalin

🏢 Usługa szkoleniowa

📅 stacjonarna

👥 Zajęcia grupowe

🕒 20:00 h

📅 27.08.2026 do 31.08.2026

6 000,00 PLN brutto

6 000,00 PLN netto

300,00 PLN brutto/h

300,00 PLN netto/h

249,58 PLN cena rynkowa ⓘ

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, kadrę 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	26-08-2026
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	wyjaśnia pojęcie employer brandingu wyjaśnia pojęcia związane z wizerunkiem pracodawcy takie jak: marka (brand), wizerunek wewnętrzny i zewnętrzny, tożsamość pracodawcy, reputacja pracodawcy	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
		Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
	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)	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
		Test teoretyczny
Identyfikuje informacje na temat wizerunku pracodawcy	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)	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
		Test teoretyczny
	dobiera zakres i sposób pozyskiwania informacji o wizerunku pracodawcy z wybranych źródeł	Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	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)	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	charakteryzuje grupy odbiorców wizerunku	Obserwacja w warunkach rzeczywistych

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 wypływającymi ze zgromadzonych danych	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
		Test teoretyczny
	przygotowuje zalecenia dotyczące kierunków budowy wizerunku zewnętrznego i wewnętrznego	Wywiad ustrukturyzowany
Określa sposób realizacji celów wizerunkowych	identyfikuje warunki prawne konieczne do uwzględnienia w planowanych działaniach wizerunkowych (np. RODO, przepisy prawa autorskiego)	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	dobiera narzędzia do zaplanowanych działań wizerunkowych (np. artykuły w prasie, w Internecie, wywiady w mediach lokalnych)	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Określa zakres strategii wizerunkowej pracodawcy	określa grupy docelowe planowanych działań wizerunkowych	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
		Test teoretyczny
	formułuje 2 przykładowe kierunki działań planowanych do ujęcia w strategii wizerunkowej pracodawcy	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	identyfikuje błędy w przykładowej strategii wizerunkowej pracodawcy	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych 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	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
		Test teoretyczny
Monitoruje działania employer brandingowe	projektuje 4 kryteria oceny skuteczności działań wizerunkowych	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
		Wywiad ustrukturyzowany
	dobiera i uzasadnia wybór narzędzi niezbędnych do mierzenia efektów działań wizerunkowych	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
		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	Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	na podstawie wyników ankiety satysfakcji tworzy propozycję modyfikacji sposobu przyznawania wybranego motywatora pozapłacowego	

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 Z OGRANICZONĄ 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.

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.

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). Walidację uzupełniono o wywiad ustrukturyzowany oraz obserwacje w warunkach rzeczywistych.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 15

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 15 Wprowadzenie do mediów społecznościowych i ich roli w budowaniu marki.	Zajęcia	JULITA PEŁECHATA	27-08-2026	08:00	09:30	01:30
2 z 15 -	Przerwa	-	27-08-2026	09:30	10:00	00:30
3 z 15 Twoja nisza rynkowa – analiza marki, zasobów i potencjału oraz wybór grupy docelowej.	Zajęcia	JULITA PEŁECHATA	27-08-2026	10:00	11:30	01:30
4 z 15 -	Przerwa	-	27-08-2026	11:30	12:00	00:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
5 z 15 Budowanie profesjonalnego profilu w mediach społecznościowych oraz tworzenie angażujących treści pisanych.	Zajęcia	JULITA PEŁECHATA	27-08-2026	12:00	14:00	02:00
6 z 15 Podstawy video content marketingu, strategię dystrybucji treści oraz zaawansowane techniki tworzenia treści w mediach społecznościowych.	Zajęcia	JULITA PEŁECHATA	27-08-2026	14:00	16:00	02:00
7 z 15 Wykorzystanie sztucznej inteligencji w marketingu społecznościowym.	Zajęcia	JULITA PEŁECHATA	28-08-2026	08:00	09:30	01:30
8 z 15 -	Przerwa	-	28-08-2026	09:30	10:00	00:30
9 z 15 Analiza danych i mierzenie skuteczności działań marketingowych oraz zarządzanie kryzysowe w mediach społecznościowych.	Zajęcia	JULITA PEŁECHATA	28-08-2026	10:00	11:30	01:30
10 z 15 -	Przerwa	-	28-08-2026	11:30	12:00	00:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
11 z 15 Budowanie i zarządzanie społecznością online oraz techniki zwiększania zaangażowania odbiorców.	Zajęcia	JULITA PEŁECHATA	28-08-2026	12:00	14:00	02:00
12 z 15 Warsztaty praktyczne – przygotowanie własnego planu marketingowego dla mediów społecznościowych.	Zajęcia	JULITA PEŁECHATA	28-08-2026	14:00	16:00	02:00
13 z 15 Warsztaty praktyczne – opracowanie i prezentacja własnego planu działań w mediach społecznościowych.	Zajęcia	JULITA PEŁECHATA	31-08-2026	08:00	09:30	01:30
14 z 15 -	Przerwa	-	31-08-2026	09:30	10:00	00:30
15 z 15 -	Walidacja	-	31-08-2026	10:00	12:00	02:00

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	20:00
w tym suma godzin zajęć	15:30
w tym suma godzin walidacji	02:00
w tym suma przerw	02:30
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	23:15

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	6 000,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT	
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	6 000,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	300,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	300,00 PLN
W tym koszt walidacji brutto	1 000,00 PLN
W tym koszt walidacji netto	1 000,00 PLN
W tym koszt certyfikowania brutto	250,00 PLN
W tym koszt certyfikowania netto	250,00 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	20:00

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

JULITA PEŁECHATA

Dyrektor Zarządzający z kilku letnim stażem w kierowaniu strukturami przedsiębiorstwa produkcyjnego operującego na rynkach międzynarodowych. Specjalista odpowiadający za całokształt procesów biznesowych oraz strategiczną optymalizację kluczowych pionów organizacji. Posiada udokumentowane doświadczenie w budowaniu synergii między operacjami produkcyjnymi a wymaganiami jakościowymi i logistycznymi w złożonym środowisku przemysłowym. Kluczowe obszary kompetencji zawodowych: Zarządzanie Całością Operacji: Odpowiedzialność za integrację i efektywność wszystkich

działów przedsiębiorstwa, w tym produkcyjnych, handlowych oraz logistycznych.
Optymalizacja Procesów Laboratoryjnych i Jakościowych: Nadzór nad standardami badań i kontroli, zapewniający najwyższą jakość produktu końcowego w oparciu o rygorystyczne normy międzynarodowe.
Strategiczne Zarządzanie Łańcuchem Dostaw: Projektowanie i nadzorowanie procesów logistycznych mających na celu maksymalizację płynności przepływów i redukcję kosztów operacyjnych.
Implementacja Strategii Wydajnościowych: Praktyczne wdrażanie narzędzi Lean Management w celu eliminacji marnotrawstwa oraz zwiększania przepustowości zakładu przy zachowaniu stabilności procesowej.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

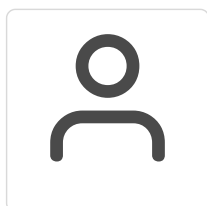
Warunki uczestnictwa

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. Przemysłowa 9A
75-136 Koszalin
woj. zachodniopomorskie

Kontakt



Karolina Sabatowicz

E-mail karolinagorzynska@wp.pl

Telefon (+48) 515 841 846