



PHU DOMAR
DOMINIKA
GRZESIEWICZ

★★★★★ 4,9 / 5
95 ocen

Szkolenie: Strategia rozwoju osobistego i zawodowego poprzez PR i markę osobistą.

Numer usługi 2026/09/15/176078/3811122

📍 Sosnowiec
🏠 Usługa szkoleniowa
📅 stacjonarna
👥 Zajęcia grupowe
🕒 16:00 h
📅 21.11.2026 do 29.11.2026

6 150,00 PLN brutto
5 000,00 PLN netto
384,38 PLN brutto/h
312,50 PLN netto/h
249,58 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / PR
Grupa docelowa usługi	Szkolenie skierowane jest do osób dorosłych zainteresowanych rozwojem osobistym i zawodowym, budowaniem marki osobistej, wizerunku i reputacji oraz skuteczną komunikacją w środowisku zawodowym. W szczególności do specjalistów, pracowników, przedsiębiorców, freelancerów, konsultantów, twórców usług, osób rozwijających działalność zawodową lub planujących zmianę swojej pozycji na rynku pracy.
Minimalna liczba uczestników	2
Maksymalna liczba uczestników	10
Data zakończenia rekrutacji	20-11-2026
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Szkolenie przygotowuje uczestnika do samodzielnego planowania i prowadzenia działań Public Relations oraz budowania marki osobistej, obejmujących diagnozę wizerunku i pozycji zawodowej, określenie sposobu pozycjonowania, dobór komunikatów i kanałów komunikacji, budowanie reputacji i relacji zawodowych, rozwijanie widoczności eksperckiej, planowanie działań PR oraz właściwe reagowanie w sytuacjach trudnych i kryzysowych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Rozróżnia podstawowe funkcje i modele Public Relations.	Rozpoznaje różnice pomiędzy PR, marketingiem, reklamą i marką osobistą.	Test teoretyczny
	Przyporządkowuje opisane działania komunikacyjne do właściwego modelu Public Relations.	Test teoretyczny
Charakteryzuje zasady diagnozowania i pozycjonowania marki osobistej.	Wskazuje elementy diagnozy marki osobistej, w tym kompetencje, wizerunek, interesariuszy i otoczenie zawodowe.	Test teoretyczny
	Rozpoznaje elementy pozycjonowania marki osobistej, w tym grupę odbiorców, problem, propozycję wartości, wyróżnik i dowody wiarygodności.	Test teoretyczny
Charakteryzuje zasady budowania reputacji, relacji zawodowych i widoczności eksperckiej.	Wskazuje czynniki wpływające na wiarygodność i reputację zawodową.	Test teoretyczny
	Rozróżnia działania służące budowaniu relacji, networkingu i widoczności eksperckiej w środowisku offline i online.	Test teoretyczny
Charakteryzuje zasady planowania działań PR i komunikacji kryzysowej. Identyfikuje elementy wpływające na markę osobistą i pozycję zawodową.	Wskazuje elementy planu PR: cel, odbiorców, przekaz, kanały, harmonogram i mierniki.	Test teoretyczny
	Rozpoznaje zasady reagowania na krytykę, konflikt oraz sytuację zagrażającą reputacji.	Test teoretyczny
	Rozpoznaje w opisanej sytuacji mocne i słabe strony marki osobistej oraz szanse i zagrożenia dla jej rozwoju.	Test teoretyczny
	Wskazuje kluczowych odbiorców, interesariuszy oraz różnice pomiędzy wizerunkiem obecnym i pożądanym.	Test teoretyczny
Dobiera sposób pozycjonowania i komunikowania marki osobistej do celu zawodowego.	Dobiera propozycję wartości, wyróżnik i dowody wiarygodności do wskazanej grupy odbiorców.	Test teoretyczny
	Wybiera właściwy komunikat i formę autoprezentacji do określonej sytuacji zawodowej.	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Dobiera działania wspierające reputację, relacje i widoczność zawodową.	Dobiera kanały komunikacji i działania Digital PR do określonego celu oraz grupy odbiorców.	Test teoretyczny
	Wybiera właściwy sposób nawiązania, podtrzymania lub reaktywowania relacji zawodowej.	Test teoretyczny
Dobiera elementy planu działań PR do określonego celu zawodowego. Rozpoznaje znaczenie odpowiedzialnego zarządzania wizerunkiem i reputacją zawodową.	Dobiera przekaz, kanały, harmonogram i mierniki do wskazanego celu działań PR.	Test teoretyczny
	Wybiera właściwy sposób reakcji na przedstawioną sytuację kryzysową lub zagrożenie reputacyjne.	Test teoretyczny
	Rozróżnia zachowania wzmacniające i osłabiające wiarygodność zawodową.	Test teoretyczny
	Wybiera zachowanie wspierające spójność wizerunku i budowanie zaufania.	Test teoretyczny
Rozpoznaje znaczenie relacji opartych na zaufaniu w rozwoju zawodowym.	Rozróżnia networking relacyjny od działań nastawionych wyłącznie na krótkoterminową korzyść.	Test teoretyczny
	Wybiera sposób komunikacji sprzyjający budowaniu i podtrzymywaniu profesjonalnej relacji.	Test teoretyczny
Rozpoznaje znaczenie informacji zwrotnej w rozwoju marki osobistej. Rozpoznaje zasady odpowiedzialnej komunikacji w sytuacjach trudnych i kryzysowych.	Identyfikuje informacje zwrotne istotne dla poprawy wizerunku i sposobu komunikowania kompetencji.	Test teoretyczny
	Wybiera właściwe działanie korygujące na podstawie otrzymanej informacji zwrotnej.	Test teoretyczny
	Rozróżnia reakcje ograniczające i zwiększające ryzyko eskalacji kryzysu wizerunkowego.	Test teoretyczny
	Wybiera sposób reakcji uwzględniający fakty, właściwy ton komunikacji i działanie naprawcze.	Test teoretyczny

Kwalifikacje

Kwalifikacje niewłączone do ZSK

Uznane kwalifikacje

Pytanie 3. Czy dokument jest certyfikatem wydawanym przez międzynarodowe instytucje?

TAK

Strona internetowa Instytucji Certyfikującej: <https://my-ps.eu/>

Strona internetowa Instytucji Walidującej: <https://my-ps.eu/>

Informacje

Nazwa Podmiotu prowadzącego walidację	Fundacja My Personality Skills
Nazwa Podmiotu certyfikującego	Fundacja My Personality Skills

Program

DZIEŃ 1

1. PR jako narzędzie rozwoju osobistego i zawodowego

Zakres teoretyczny:

- pojęcie i podstawowe funkcje Public Relations,
- PR jako zarządzanie reputacją, zaufaniem i widocznością,
- różnice pomiędzy PR, marketingiem, reklamą i marką osobistą,
- cztery modele Public Relations według Gruniga i Hunta,
- specyfika PR osobistego w porównaniu z PR organizacji,
- znaczenie komunikacji dwukierunkowej i informacji zwrotnej,
- rola PR w budowaniu widoczności, wiarygodności i autorytetu zawodowego.

Zakres praktyczny:

- analiza dotychczasowych działań komunikacyjnych,
- przyporządkowanie działań do modeli PR,
- analiza własnego sposobu postrzegania i odbioru przez otoczenie,
- identyfikacja kosztów braku świadomych działań PR,
- określenie obszarów komunikacji wymagających rozwoju.

PRZERWA

2. Diagnoza marki osobistej i pozycji zawodowej

Zakres teoretyczny:

- marka osobista jako rezultat kompetencji, reputacji, relacji i sposobu komunikowania wartości,
- pozycja osoby w sieci relacji zawodowych,
- analiza SWOT marki osobistej,
- mapa interesariuszy i kluczowych relacji zawodowych,
- źródła informacji o własnym wizerunku,
- marka postrzegana a marka pożądana.

Zakres praktyczny:

- analiza SWOT własnej marki osobistej,
- przygotowanie mapy kluczowych osób, środowisk i relacji zawodowych,
- identyfikacja kontaktów umożliwiających rozwój zawodowy,
- podstawowy audyt obecności i wizerunku w internecie,
- identyfikacja luki pomiędzy obecnym a oczekiwanym wizerunkiem.

PRZERWA

3. Strategia marki osobistej i pozycjonowanie

Zakres teoretyczny:

- marka osobista jako obietnica wartości,
- określanie grupy docelowej,
- identyfikowanie problemów i potrzeb odbiorców,
- definiowanie własnej propozycji wartości,
- wyróżniki i dowody wiarygodności,
- archetypy marki osobistej,
- spójność pozycjonowania z celami zawodowymi i komunikacją.

Zakres praktyczny:

- przygotowanie Kanwy Marki Osobistej,
- określenie grupy odbiorców i jej potrzeb,
- określenie własnej wartości, wyróżników i dowodów wiarygodności,
- wybór sposobu pozycjonowania marki osobistej,
- analiza i ocena przygotowanych propozycji,
- sformułowanie komunikatu pozycjonującego.

PRZERWA

4. Autoprezentacja i skuteczna komunikacja

Zakres teoretyczny:

- zasady skutecznej autoprezentacji,
- struktura elevator pitch,
- komunikowanie wartości i kompetencji,
- storytelling zawodowy,
- komunikacja werbalna i niewerbalna,
- dostosowanie formy i treści komunikatu do odbiorcy i sytuacji.

Zakres praktyczny:

- przygotowanie własnego elevator pitch,
- prezentacja przygotowanego komunikatu,
- analiza jego treści i sposobu prezentowania,
- wykorzystanie informacji zwrotnej,
- korekta i przygotowanie finalnej wersji autoprezentacji.

5. Budowanie reputacji i profesjonalnego wizerunku

Zakres teoretyczny:

- różnice pomiędzy wizerunkiem a reputacją,
- reputacja jako rezultat długoterminowych działań,
- elementy budujące wiarygodność,
- znaczenie kompetencji, spójności i konsekwencji,
- rekomendacje, referencje, projekty, publikacje i wystąpienia jako dowody wiarygodności,
- ślad cyfrowy jako element reputacji,
- spójność wizerunku online i offline.

Zakres praktyczny:

- identyfikacja własnych dowodów wiarygodności,
- analiza ich widoczności dla otoczenia,
- planowanie pozyskiwania rekomendacji i referencji,
- analiza przykładów działań wzmacniających i osłabiających reputację.

DZIEŃ 2

6. Relacje zawodowe i networking

Zakres teoretyczny:

- znaczenie sieci relacji dla rozwoju zawodowego,
- koncepcja siły słabych więzi,
- znaczenie kontaktów prowadzących do nowych środowisk i informacji,
- networking transakcyjny i relacyjny,
- budowanie zaufania i wartości w relacjach,
- segmentacja kontaktów zawodowych.

Zakres praktyczny:

- analiza własnej sieci relacji,
- klasyfikowanie kontaktów zawodowych,
- identyfikacja kontaktów wymagających reaktywacji,
- symulacja rozmowy networkingowej,
- planowanie sposobu podtrzymywania i rozwijania relacji zawodowych.

PRZERWA

7. Digital PR i reputacja w internecie

Zakres teoretyczny:

- Digital PR jako rozszerzenie klasycznych działań Public Relations,
- profesjonalny wizerunek w internecie,
- wykorzystanie profili zawodowych i mediów społecznościowych,
- budowanie pozycji eksperckiej,
- filary komunikacji i treści,
- spójność komunikacji cyfrowej z pozycjonowaniem,
- ślad cyfrowy i monitorowanie obecności online.

Zakres praktyczny:

- audyt własnego profilu zawodowego lub kanału komunikacji,
- analiza zgodności profilu z przyjętym pozycjonowaniem,
- określenie głównych filarów tematycznych komunikacji,
- przygotowanie propozycji tematów publikacji,
- analiza komunikatów pod kątem wartości dla odbiorcy i spójności z marką.

PRZERWA

8. Komunikacja w sytuacjach trudnych i kryzysowych

Zakres teoretyczny:

- pojęcie kryzysu wizerunkowego,
- podstawowe założenia Situational Crisis Communication Theory,
- dobór reakcji do charakteru sytuacji,
- specyfika kryzysu dotyczącego marki osobistej,
- komunikacja pod presją,
- znaczenie faktów, tonu komunikacji i odpowiedzialności,
- działania naprawcze i przygotowanie do sytuacji kryzysowych.

Zakres praktyczny:

- identyfikacja potencjalnych zagrożeń dla reputacji,
- analiza przykładowych sytuacji kryzysowych,
- dobór właściwej reakcji komunikacyjnej,
- analiza komunikatu kryzysowego,
- przygotowanie schematu odpowiedzi w sytuacji trudnej.

PRZERWA

9. Strategiczne planowanie działań PR

Zakres teoretyczny:

- elementy strategii Public Relations,
- cele komunikacyjne,
- grupa docelowa i interesariusze,
- kluczowy przekaz,
- kanały i narzędzia komunikacji,
- harmonogram i zasoby,
- mierniki skuteczności,
- cele SMART w działaniach PR,
- analiza rezultatów i aktualizacja działań.

Zakres praktyczny:

- przygotowanie 90-dniowego planu działań PR,
- określenie celu i głównego przekazu,
- identyfikacja kluczowych odbiorców,
- dobór kanałów komunikacji,
- przygotowanie harmonogramu,
- określenie mierników skuteczności,
- analiza realności i spójności przygotowanego planu.

10. Indywidualna strategia rozwoju marki osobistej

Zakres teoretyczny:

- integracja diagnozy, pozycjonowania, reputacji, komunikacji i relacji,
- spójność pomiędzy pozycjonowaniem, autoprezentacją i publikowanymi treściami,
- działania krótkoterminowe oraz cele średnio- i długoterminowe,
- aktualizacja strategii marki osobistej.

Zakres praktyczny:

- przygotowanie założeń indywidualnej Strategii Marki Osobistej,
- określenie pozycjonowania,
- określenie głównych odbiorców,
- wskazanie głównego przekazu,
- określenie filarów komunikacji,
- wybór kluczowych działań PR,
- określenie działań do wdrożenia w najbliższym okresie.

WALIDACJA

Walidacja odbywa się niezależnie od procesu dydaktycznego. **Trener** prowadzący szkolenie **nie dokonuje sprawdzania efektów kształcenia** w zakresie, którego sam nauczał. Usługa kończy się **walidacją prowadzoną przez - Fundacja My Personality Skills**. Walidacja stanowi integralną część usługi rozwojowej i jest realizowana w jej 2 dniu. **Metody walidacji: Test teoretyczny**. Warunkiem zaliczenia testu teoretycznego jest uzyskanie wyniku co najmniej 75% poprawnych odpowiedzi. Pozytywny wynik walidacji skutkuje uzyskaniem **certyfikatu wydanego przez Fundacja My Personality Skills** i potwierdza nabycie kwalifikacji „SPECJALISTA DS. PR”. Wynik walidacji oraz dokument potwierdzający uzyskanie kwalifikacji, są wydawane **w terminie do 7 dni kalendarzowych, licząc od dnia następującego po dniu przeprowadzenia walidacji**.

Warunki organizacyjne realizacji usługi: Uczestnikom zapewnione są miejsca do pracy, materiały szkoleniowe i ćwiczeniowe, dostęp do flipchartu oraz sprzętu umożliwiającego prezentację treści. W ramach ćwiczeń uczestnicy pracują indywidualnie, w parach oraz w małych grupach, wykonując m.in. analizę marki osobistej, ćwiczenia z autoprezentacji, networkingu, komunikacji i planowania działań PR. W

wybranych ćwiczeniach dotyczących Digital PR uczestnicy mogą korzystać z własnego telefonu, tabletu lub laptopa z dostępem do internetu. Zajęcia prowadzone są z zachowaniem zasad bezpieczeństwa, ergonomii pracy, ochrony prywatności oraz poszanowania informacji dotyczących uczestników i ich aktywności zawodowej.

Szkolenie realizowane jest w formule **dwudniowej** i obejmuje łącznie **16 godzin zegarowych**, w tym:

- **4 godziny 45 minut** części teoretycznej
- **7 godzin 45 minut** części praktycznej
- **1 godzinę** walidacji
- **2 godziny 30 minut** przerw

INFORMACJE DODATKOWE

- Czas trwania usługi podany w godz. **zegarowych**, zgodnie z obowiązującymi zasadami dotyczącymi organizacji usług szkoleniowych.
- Harmonogram szkolenia przewiduje czas na realizację **walidacji** (egzaminu końcowego) oraz **przerwy**, które są **wliczane do całkowitego czasu trwania usługi rozwojowej**. Łączna liczba godzin usługi obejmuje zarówno część dydaktyczną, jak i wskazane elementy organizacyjne, zgodnie z zasadami określonymi w Regulaminie BUR.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 27

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 27 TEORIA – PR jako narzędzie rozwoju osobistego i zawodowego	Zajęcia	ARTUR MAZURKIEWI CZ	21-11-2026	09:00	09:35	00:35
2 z 27 PRAKTYKA – PR jako narzędzie rozwoju osobistego i zawodowego	Zajęcia	ARTUR MAZURKIEWI CZ	21-11-2026	09:35	10:30	00:55
3 z 27 -	Przerwa	-	21-11-2026	10:30	11:00	00:30
4 z 27 TEORIA – Diagnoza marki osobistej i pozycji zawodowej	Zajęcia	ARTUR MAZURKIEWI CZ	21-11-2026	11:00	11:25	00:25
5 z 27 PRAKTYKA – Diagnoza marki osobistej i pozycji zawodowej	Zajęcia	ARTUR MAZURKIEWI CZ	21-11-2026	11:25	12:30	01:05

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
6 z 27 -	Przerwa	-	21-11-2026	12:30	12:45	00:15
7 z 27 TEORIA – Strategia marki osobistej i pozycjonowanie	Zajęcia	ARTUR MAZURKIEWICZ	21-11-2026	12:45	13:20	00:35
8 z 27 PRAKTYKA – Strategia marki osobistej i pozycjonowanie	Zajęcia	ARTUR MAZURKIEWICZ	21-11-2026	13:20	14:15	00:55
9 z 27 -	Przerwa	-	21-11-2026	14:15	14:45	00:30
10 z 27 TEORIA – Autoprezentacja i skuteczna komunikacja	Zajęcia	ARTUR MAZURKIEWICZ	21-11-2026	14:45	15:10	00:25
11 z 27 PRAKTYKA – Autoprezentacja i skuteczna komunikacja	Zajęcia	ARTUR MAZURKIEWICZ	21-11-2026	15:10	16:00	00:50
12 z 27 TEORIA – Budowanie reputacji i profesjonalnego wizerunku	Zajęcia	ARTUR MAZURKIEWICZ	21-11-2026	16:00	16:30	00:30
13 z 27 PRAKTYKA – Budowanie reputacji i profesjonalnego wizerunku	Zajęcia	ARTUR MAZURKIEWICZ	21-11-2026	16:30	17:00	00:30
14 z 27 TEORIA – Relacje zawodowe i networking	Zajęcia	ARTUR MAZURKIEWICZ	22-11-2026	09:00	09:30	00:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
15 z 27 PRAKTYKA – Relacje zawodowe i networking	Zajęcia	ARTUR MAZURKIEWI CZ	22-11-2026	09:30	10:15	00:45
16 z 27 -	Przerwa	-	22-11-2026	10:15	10:45	00:30
17 z 27 TEORIA – Digital PR i reputacja w internecie	Zajęcia	ARTUR MAZURKIEWI CZ	22-11-2026	10:45	11:15	00:30
18 z 27 PRAKTYKA – Digital PR i reputacja w internecie	Zajęcia	ARTUR MAZURKIEWI CZ	22-11-2026	11:15	12:00	00:45
19 z 27 -	Przerwa	-	22-11-2026	12:00	12:15	00:15
20 z 27 TEORIA – Komunikacja w sytuacjach trudnych i kryzysowych	Zajęcia	ARTUR MAZURKIEWI CZ	22-11-2026	12:15	12:45	00:30
21 z 27 PRAKTYKA – Komunikacja w sytuacjach trudnych i kryzysowych	Zajęcia	ARTUR MAZURKIEWI CZ	22-11-2026	12:45	13:30	00:45
22 z 27 -	Przerwa	-	22-11-2026	13:30	14:00	00:30
23 z 27 TEORIA – Strategiczne planowanie działań PR	Zajęcia	ARTUR MAZURKIEWI CZ	22-11-2026	14:00	14:25	00:25
24 z 27 PRAKTYKA – Strategiczne planowanie działań PR	Zajęcia	ARTUR MAZURKIEWI CZ	22-11-2026	14:25	15:15	00:50

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
25 z 27 TEORIA – Indywidualna strategia rozwoju marki osobistej	Zajęcia	ARTUR MAZURKIEWI CZ	22-11-2026	15:15	15:35	00:20
26 z 27 PRAKTYKA – Indywidualna strategia rozwoju marki osobistej	Zajęcia	ARTUR MAZURKIEWI CZ	22-11-2026	15:35	16:00	00:25
27 z 27 -	Walidacja	-	22-11-2026	16:00	17:00	01:00

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	16:00
w tym suma godzin zajęć	12:30
w tym suma godzin walidacji	01:00
w tym suma przerw	02:30
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	18:00

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 za zwolnienia z podatku VAT na podstawie art. 43 ust. 1 pkt 29 lit. c ustawy z dnia 11 marca 2004 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	6 150,00 PLN

Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 000,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	384,38 PLN
Koszt osobogodziny netto	312,50 PLN
W tym koszt walidacji brutto	153,75 PLN
W tym koszt walidacji netto	125,00 PLN
W tym koszt certyfikowania brutto	153,75 PLN
W tym koszt certyfikowania netto	125,00 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	16:00

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

ARTUR MAZURKIEWICZ

Dr inż. Artur Mazurkiewicz – ekonomista, menedżer i wieloletni wykładowca akademicki z doświadczeniem w marketingu, zarządzaniu, komunikacji oraz rozwoju regionalnym. W ostatnich 5 latach aktywnie działa jako ekspert, prelegent i autor opracowań, uczestnicząc w kongresach, konferencjach naukowych i inicjatywach dotyczących przedsiębiorczości, rozwoju gospodarczego i samorządności. Jest wieloletnim członkiem Kapituły konkursu „Samorządowiec Roku”, prowadzi wystąpienia eksperckie i angażuje się w budowanie współpracy między środowiskami i instytucjami. Posiada praktyczne doświadczenie w komunikacji eksperckiej, autoprezentacji, budowaniu profesjonalnego wizerunku, relacji zawodowych i sieci kontaktów, a także w przygotowywaniu strategii, analiz i materiałów wspierających rozwój organizacji i usług szkoleniowych.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymują **skrypt/podręcznik szkoleniowy**, który odpowiada poszczególnym modułom programu i służy zarówno podczas zajęć, jak i po ich zakończeniu. Materiał zawiera najważniejsze zagadnienia teoretyczne, praktyczne narzędzia i szablony do ćwiczeń oraz krótkie podsumowania najważniejszych treści.

Warunki uczestnictwa

Udział w szkoleniu nie wymaga wcześniejszego doświadczenia ani wykształcenia kierunkowego w zakresie Public Relations lub marketingu. Uczestnik powinien być zainteresowany rozwojem zawodowym, budowaniem marki osobistej, komunikacją i relacjami zawodowymi oraz być gotowy do aktywnego udziału w ćwiczeniach praktycznych. W przypadku ćwiczeń z Digital PR zalecane jest posiadanie własnego telefonu, tabletu lub laptopa z dostępem do internetu.

Informacje dodatkowe

- Przed zapisaniem się na szkolenie prosimy o wcześniejszy kontakt telefoniczny lub mailowy w celu potwierdzenia dostępności miejsc oraz możliwości udziału w wybranym terminie.
- **W przypadku uzyskania przez uczestnika dofinansowania ze środków publicznych w wysokości co najmniej 70%, usługa szkoleniowa będzie zwolniona z podatku VAT, 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 (Dz.U. 2013 poz. 1722, z późn. zm.).**

Adres

ul. Zagórska 3/3
41-216 Sosnowiec
woj. śląskie

Kontakt



DOMINIKA GRZESIEWICZ

E-mail studio.jagodowe@gmail.com

Telefon (+48) 660 273 608