Załącznik nr 6 do Zapytania ofertowego nr RKK-02/2026

ZAKRES MERYTORYCZNY JUŻ ISTNIEJACYCH MATERIAŁÓW SZKOLENIOWYCH DLA SZKOLEŃ OFEROWANYCH W RAMACH PROJEKTU

I. TEMAT NR 1. ZARZĄDZANIE ZRÓWNOWAŻONYM ROZWOJEM ORGANIZACJI

Cel edukacyjny szkolenia Po zakończeniu szkolenia uczestnik wykaże się znajomością kluczowych założeń ESG oraz zasad ich integracji ze strategią biznesową, co zostanie zweryfikowane poprzez uzyskanie minimum 70% punktów z końcowego testu wiedzy oraz pozytywną ocenę z ustrukturyzowanej rozmowy z niezależnym walidatorem.

Zakres szkolenia

- Podstawy i kontekst zrównoważonego rozwoju: Definicje i geneza pojęć (ZR, CSR, ESG) ze wskazaniem na ograniczenia i wyzwania współczesnego świata (VUCA, granice wzrostu, wyzwania klimatyczne). Przegląd historyczny od raportu U'Thanta, przez Szczyt Ziemi w Rio, po Porozumienie Paryskie.
- Ramy regulacyjne i standardy: Omówienie kluczowych inicjatyw, w tym Europejskiego Zielonego Ładu, Taksonomii UE, dyrektyw CSRD i CSDDD oraz standardów sprawozdawczości (ESRS, z wyszczególnieniem standardów dla MŚP – VSME, oraz wskaźników GRI).
- Strategia organizacji a ESG: Integracja celów biznesowych ze zrównoważonym rozwojem w trzech wymiarach (E – środowiskowym, S – społecznym, G – ładu korporacyjnego). Etapy tworzenia i wdrażania strategii ESG, identyfikacja priorytetów oraz rola kierownictwa i powoływanych zespołów ds. ESG.
- Zarządzanie relacjami z interesariuszami: Zasady identyfikacji, mapowania i prowadzenia dialogu z kluczowymi grupami (klienci, pracownicy, NGO) zgodnie ze standardem AA1000, wraz z identyfikacją korzyści i ryzyk z tym związanych.
- Ocena podwójnej istotności i łańcuch wartości: Metodyka badania istotności finansowej (wpływ na firmę) i istotności oddziaływania (wpływ firmy na otoczenie), z uwzględnieniem całego łańcucha wartości (upstream i downstream) oraz zasady należytej staranności.
- Zarządzanie ryzykiem (ERM): Proces identyfikacji, oceny (prawdopodobieństwo i dotkliwość), reagowania, monitorowania oraz raportowania ryzyk (w tym ryzyka klimatycznego) i szans w kontekście ciągłości działania.

- Ujęcie materiału: Materiał koncentruje się na teoretycznych i koncepcyjnych podstawach zrównoważonego rozwoju, zarządzaniu nim na poziomie organizacji oraz omówieniu konkretnych ram, standardów i regulacji (szczególnie unijnych), kładąc nacisk na procesy raportowania i analizy (podwójna istotność, ryzyka).

Efekty edukacyjne szkolenia

Wiedza – uczestnik:

- Definiuje pojęcia zrównoważonego rozwoju, CSR, ESG oraz wymienia ich rolę w strategiach biznesowych.
- Charakteryzuje filary środowiskowy (E), społeczny (S) i ładu korporacyjnego (G).
- Wymienia kluczowe ramy prawne i standardy raportowania (CSRD, CSDDD, ESRS, GRI).
- Wyjaśnia koncepcję podwójnej istotności oraz znaczenie łańcucha wartości w raportowaniu.

Umiejętności – uczestnik:

- Wskazuje powiązania między celami zrównoważonego rozwoju a strategią przykładowej organizacji.
- Przyporządkowuje kluczowych interesariuszy do odpowiednich matryc wpływu na podstawie opisu przypadku.
- Rozpoznaje ryzyka i szanse klimatyczne w podanym studium przypadku.
- Wskazuje, które obszary łańcucha dostaw wymagają wdrożenia zasad należytej staranności.

II. TEMAT NR 2. ZARZĄDZANIE RELACJAMI Z KLIENTEM Z WYKORZYSTANIEM SYSTEMÓW CRM

Cel edukacyjny szkolenia Po zakończeniu szkolenia uczestnik opanuje podstawowe zasady zarządzania relacjami z klientem oraz funkcjonowania systemów CRM, co zostanie potwierdzone pozytywnym wynikiem testu wyboru i zaliczeniem ustnej rozmowy weryfikacyjnej z zewnętrznym walidatorem.

Zakres szkolenia

- Zarządzanie relacjami z klientami (CRM): Przedstawienie ewolucji podejścia biznesowego od masowej, jednorazowej sprzedaży do budowania długofalowych, wartościowych relacji opartych na zaufaniu i proaktywnej komunikacji.
- Cykl życia a ścieżka klienta: Wyraźne rozróżnienie wewnętrznego spojrzenia na klienta (cykl życia) od jego subiektywnych doświadczeń (ścieżka klienta). Omówienie procesu mapowania ścieżki i identyfikacji punktów styku (touchpoints) oraz „momentów prawdy”.
- Dane w systemach CRM: Kompleksowa analiza trzech typów danych – transakcyjnych (historia zakupów), behawioralnych (cyfrowe ślady interakcji)

oraz demograficznych/firmograficznych, a także konieczność dbania o ich higienę (zasada GIGO) i bezpieczeństwo.
- Segmentacja i personalizacja: Dzielenie klientów na zyskowne segmenty przy użyciu np. modelu RFM (Recency, Frequency, Monetary), budowanie wielowymiarowych profili (person) i realizowanie hiperpersonalizacji w komunikacji.
- Wykorzystanie technologii CRM: Kategoryzacja na systemy operacyjne (wsparcie sprzedaży i marketingu), analityczne (agregowanie wiedzy) i komunikacyjne (omnichannel). Przegląd funkcjonalności czołowych platform (Salesforce, HubSpot, Zoho, Pipedrive, Bitrix24).
- Konfiguracja i administracja CRM: Implementacja ról i uprawnień w celu zapewnienia bezpieczeństwa informacji (model CRUD+), parametryzacja lejka sprzedażowego oraz automatyzacja procesów (definiowanie scenariuszy opartych na wyzwalaczach i akcjach).
- Kluczowe wskaźniki efektywności (KPI): Pomiar sukcesu za pomocą metryk takich jak współczynnik konwersji leadów, wartość życiowa klienta (CLV), czy wskaźnik lojalności (NPS), a także zasady tworzenia raportów i menedżerskich dashboardów.

Efekty edukacyjne szkolenia

Wiedza – uczestnik:
- Tłumaczy różnicę pomiędzy systemem operacyjnym, analitycznym i komunikacyjnym CRM.
- Opisuje cykl życia klienta oraz wskaźniki takie jak CLV (wartość życiowa klienta) i NPS.
- Wymienia rodzaje danych gromadzonych w bazach (transakcyjne, behawioralne, demograficzne) i procedury dbania o ich bezpieczeństwo (RODO).
- Charakteryzuje wybrane funkcjonalności najpopularniejszych na rynku platform CRM.

Umiejętności – uczestnik:
- Identyfikuje "momenty prawdy" i punkty styku na zaprezentowanym schemacie ścieżki klienta.
- Przypisuje klientów z opisu przypadku do odpowiednich segmentów (np. zgodnie z modelem RFM).
- Dobiera odpowiednie funkcje systemu CRM do konkretnych potrzeb zespołu sprzedażowego lub marketingowego.
- Interpretuje podstawowe raporty i wskaźniki efektywności (KPI) wygenerowane z systemu CRM.

III. TEMAT NR 3. PLANOWANIE, TWORZENIE I DYSTRYBUOWANIE TREŚCI MARKETINGOWYCH

Cel edukacyjny szkolenia W wyniku udziału w szkoleniu uczestnik nabędzie przekrojową wiedzę o procesach planowania i dystrybucji treści marketingowych, którą udowodni uzyskując pozytywny wynik (min. 70%) z testu wiedzy oraz odpowiadając na pytania niezależnego walidatora podczas rozmowy.

Zakres szkolenia

- Strategia i planowanie: Wyjaśnienie roli strategii marketingowej jako długofalowego planu, różnic między strategią a taktyką. Omówienie metod analizy otoczenia rynkowego, w tym analizy SWOT (Mocne i Słabe strony, Szanse i Zagrożenia), analizy PEST/PESTEL (czynniki polityczne, ekonomiczne, społeczne, technologiczne, prawne, środowiskowe) oraz analizy działań konkurencji.
- Marketing Mix: Przedstawienie klasycznego modelu 4P (Produkt, Cena, Dystrybucja, Promocja) i jego rozszerzenia do modelu 7P (Ludzie, Procesy, Świadectwa materialne), z naciskiem na znaczenie spójności wszystkich elementów.
- Segmentacja, Targetowanie, Pozycjonowanie (STP): Procedura dzielenia rynku na grupy o wspólnych cechach (demograficznych, geograficznych, psychograficznych, behawioralnych), wybór najbardziej atrakcyjnych segmentów (targetowanie) i budowanie unikalnego wizerunku marki w umysłach klientów (pozycjonowanie).
- Customer Journey i Persony: Znaczenie mapowania ścieżki klienta (od świadomości po lojalność i rekomendację) i optymalizacji punktów styku (touchpoints). Metodyka tworzenia person marketingowych opartych na realnych danych i ich wykorzystanie do personalizacji przekazu.
- Cele SMART, KPI i Harmonogram: Zasady wyznaczania celów zgodnie z koncepcją SMART (Skonkretyzowane, Mierzalne, Osiągalne, Istotne, Określone w czasie), dobór odpowiednich wskaźników efektywności (KPI) do kanału (np. CTR, ROI, koszt pozyskania) oraz tworzenie kalendarzy treści.
- Copywriting i Storytelling: Zasady tworzenia tekstów marketingowych, opisy produktowe, struktura skutecznego newslettera i wpisu blogowego. Omówienie siły narracji w budowaniu relacji, różnic między copywritingiem (sprzedaż) a storytellingiem (więź), oraz reguł tworzenia skutecznych wezwań do działania (CTA).
- Tworzenie treści graficznych i wideo: Podstawy projektowania i kompozycji z wykorzystaniem narzędzi takich jak Canva i Adobe Express (kolorystyka, typografia). Struktura i formaty filmów promocyjnych (m.in. na podstawie aplikacji CapCut), rola scenariusza, oraz zasady dostosowania montażu do platform takich jak TikTok czy YouTube.

- Dystrybucja i optymalizacja wielokanałowa: Dopasowanie formy i estetyki przekazu do specyfiki kanałów (media społecznościowe, newsletter, blog, YouTube). Rola automatyzacji (np. Meta Business Suite) i optymalizacji (np. testy A/B, SEO, linkowanie).
- Sztuczna Inteligencja (AI) i Zarządzanie Zasobami: Zastosowanie narzędzi AI (generowanie tekstów, grafik, analiza danych, predykcja) w pracy marketera ze wskazaniem aspektów etycznych. Metody budowania repozytoriów treści, strukturyzacji plików, tagowania i zarządzania wersjami przy użyciu dysków w chmurze.

Efekty edukacyjne szkolenia Wiedza – uczestnik:

- Wyjaśnia zasady działania analiz makro- i mikrootoczenia (SWOT, PESTEL).
- Wymienia elementy koncepcji Marketing Mix (modele 4P i 7P) oraz modelu STP (segmentacja, targetowanie, pozycjonowanie).
- Definiuje pojęcia copywritingu, storytellingu i wezwań do akcji (CTA).
- Charakteryzuje specyfikę wybranych kanałów dystrybucji treści (social media, newslettery, blogi).

Umiejętności – uczestnik:

- Ocenia poprawność sformułowanych celów biznesowych pod kątem zasady SMART.
- Dobiera odpowiedni język, format (obraz/wideo) oraz estetykę komunikatu do zadanego kanału publikacji.
- Wskazuje błędy w kompozycji i estetyce dostarczonych przez walidatora materiałów graficznych i wideo.
- Rozpoznaje narzędzia (w tym oparte na AI) adekwatne do zadanego problemu marketingowego (np. optymalizacja SEO, montaż wideo).

IV. TEMAT NR 4. OCHRONA DANYCH OSOBOWYCH (RODO)

Cel edukacyjny szkolenia Po ukończeniu szkolenia uczestnik potwierdzi opanowanie kluczowych zasad legalnego przetwarzania i ochrony danych osobowych, zaliczając pisemny test wiedzy oraz poprawnie rozwiązując krótki problem analityczny (studium przypadku) w trakcie rozmowy z niezależnym walidatorem.

Zakres szkolenia

- Podstawy prawne i pojęcia: Wprowadzenie do przepisów o ochronie danych osobowych na bazie RODO, Konstytucji RP i Kodeksu pracy. Definiowanie danych osobowych, ze szczególnym uwzględnieniem danych szczególnych kategorii (wrażliwych).
- Zasady przetwarzania danych: Omówienie kluczowych zasad RODO (zgodność z prawem, rzetelność, przejrzystość, minimalizacja, prawidłowość, ograniczenie przechowywania, integralność, poufność, rozliczalność) oraz podstaw prawnych przetwarzania (zgoda, umowa, obowiązek prawny).

- Obowiązki administratora danych: Wskazanie zadań administratora (np. prowadzenie rejestru czynności, wdrażanie zabezpieczeń, umowy powierzenia) oraz roli Inspektora Ochrony Danych (IOD).
- Prawa osób, których dane dotyczą: Analiza uprawnień (prawo dostępu, sprostowania, usunięcia, ograniczenia przetwarzania, informacji o naruszeniach) oraz procedur dochodzenia roszczeń i skarg do UODO.
- Wdrażanie RODO w praktyce: Zasady tworzenia dokumentacji (Polityka Bezpieczeństwa, upoważnienia, klauzule informacyjne), analizy ryzyka i doboru zabezpieczeń. Przykłady z zakresu procesów HR (rekrutacja, monitoring).
- Incydenty bezpieczeństwa i sankcje: Zasady raportowania naruszeń (wewnętrznie oraz do UODO w ciągu 72h) oraz omówienie kar administracyjnych i sankcji karnych wynikających z łamania przepisów.

Efekty edukacyjne szkolenia Wiedza – uczestnik:

- Definiuje pojęcie danych osobowych, w tym danych szczególnych kategorii (wrażliwych).
- Wymienia podstawy prawne oraz kluczowe zasady legalnego przetwarzania danych wynikające z RODO.
- Opisuje obowiązki administratora danych, podmiotu przetwarzającego oraz prawa osób, których dane dotyczą.
- Charakteryzuje procedury nakładania sankcji oraz raportowania incydentów bezpieczeństwa do UODO.

Umiejętności – uczestnik:

- Wskazuje prawidłowe i nieprawidłowe praktyki przetwarzania danych w obszarze HR (np. rekrutacja, monitoring) na podstawie opisów sytuacji.
- Wybiera niezbędne elementy, które muszą znaleźć się w poprawnej klauzuli informacyjnej.
- Identyfikuje potencjalne słabości i braki w systemach zabezpieczeń opisanych w studium przypadku.
- Określa właściwe ramy czasowe i tryb postępowania po wystąpieniu przykładowego incydentu naruszenia bezpieczeństwa danych.

V. TEMAT NR 5. ZARZĄDZANIE ZRÓWNOWAŻONYM ROZWOJEM W KONTEKŚCIE SMART CITY

Cel edukacyjny szkolenia Po szkoleniu uczestnik wykaże się poprawnym zrozumieniem koncepcji Smart City w małych i średnich gminach, co zweryfikuje zewnętrzny walidator za pomocą testu wiedzy obejmującego podstawy teoretyczne oraz ustrukturyzowanej rozmowy oceniającej zrozumienie procesów.

Zakres szkolenia

- Podstawy pojęciowe i polityczne: Omówienie ewolucji pojęcia Smart City (od technologii do współrządzenia) oraz zrównoważonego rozwoju i odporności

(resilience). Przedstawienie ram prawnych i politycznych (europejskich, krajowych, regionalnych i gminnych) determinujących działania jednostek samorządu terytorialnego.

- Sieć osadnicza i uwarunkowania lokalne: Analiza specyfiki mniejszych jednostek (wsie, małe i średnie miasta), w tym problemów z wykluczeniem, starzeniem się społeczeństwa i ograniczonym budżetem. Wskazanie adekwatnych rozwiązań i form współpracy (np. obszary funkcjonalne, klastry energetyczne).
- Zarządzanie strategiczne i pomiar danych: Cykl zarządzania strategicznego, rola interesariuszy i organizacji urzędu. Zasady doboru wskaźników, źródła danych lokalnych, odczyt, interpretacja i podejmowanie decyzji w oparciu o dane z uwzględnieniem kosztów cyklu życia (LCC).
- Infrastruktura i obszary sektorowe: Zarządzanie ładem przestrzennym, urbanistyką, architekturą i ich wpływem na klimat i zdrowie. Przegląd infrastruktury cyfrowej (IoT, cyfrowe bliźniaki, łączność) oraz kluczowych obszarów sektorowych (energia, mobilność, środowisko, usługi publiczne, mieszkalnictwo).
- Wymiar społeczny i bezpieczeństwo: Rola partycypacji społecznej, włączenia cyfrowego i projektowania uniwersalnego. Omówienie współczesnych zagrożeń (cybernetycznych, informacyjnych, hybrydowych) i budowania odporności społeczności (m.in. obrona cywilna, autonomia cyfrowa).
- Wdrażanie, finansowanie i etyka: Przegląd źródeł finansowania (fundusze UE, programy krajowe), zasad zamówień publicznych i skalowania rozwiązań. Analiza ryzyk etycznych związanych z technologią (prywatność, nadzór, ślad środowiskowy).
- Ujęcie materiału: Materiał ma charakter praktyczny i systemowy; skupia się na zarządzaniu organizmem osadniczym w mniejszej skali (poza metropoliami), integrując ramy prawne, technologie cyfrowe, uwarunkowania społeczne i wymogi odporności na kryzysy.

Efekty edukacyjne szkolenia

Wiedza – uczestnik:

- Definiuje zasady zrównoważonego rozwoju, koncepcję Smart City oraz odporności w odniesieniu do uwarunkowań małych miast i wsi.
- Wymienia obszary sektorowe będące przedmiotem interwencji Smart City (np. energia, mobilność, usługi publiczne).
- Tłumaczy znaczenie infrastruktury cyfrowej, partycypacji społecznej i projektowania uniwersalnego dla jakości życia w gminie.
- Identyfikuje źródła zagrożeń (hybrydowych, cyfrowych) oraz wyzwania etyczne wynikające z zastosowania technologii.

Umiejętności – uczestnik:

- Rozpoznaje czynniki stanowiące koszty cyklu życia (LCC) infrastruktury komunalnej w zadanym przykładzie.
- Dobiera odpowiednie wskaźniki pomiaru sukcesu inwestycji Smart City z przedstawionej listy.
- Wskazuje właściwe narzędzia włączenia społecznego dla przykładowego projektu lokalnego.
- Identyfikuje kluczowe ryzyka wdrożeniowe, w tym tzw. vendor lock-in, na podstawie studium przypadku.

VI. TEMAT NR 6. EMISJA GŁOSU

Cel edukacyjny szkolenia Po zakończeniu zajęć uczestnik udowodni opanowanie teoretycznych i praktycznych podstaw prawidłowej emisji głosu rozwiązując krótki test wiedzy oraz prezentując podczas rozmowy z niezależnym walidatorem prawidłowe techniki fonacyjne.

Zakres szkolenia

- Istota emisji głosu: Omówienie zagadnień związanych ze świadomym kształtowaniem przekazu poprzez emisję głosu (jako świadomy i skoordynowany proces wytwarzania dźwięku za pomocą aparatu głosotwórczego). Traktowanie ciała ludzkiego jako instrumentu dętego, którego głos odzwierciedla kondycję fizyczną i psychiczną.
- Aparat mowy i mechanika dźwięku: Przedstawienie budowy i działania układu oddechowego, fonacyjnego (krtań) i artykulacyjnego (nasada). Zjawisko rezonansu, podział głosów oraz omówienie wady wymowy (np. sygmatyzm, rynolalia) i mutacji.
- Technika operowania głosem: Nauka prawidłowej postawy ciała sprzyjającej swobodnej emisji dźwięku, zagadnienia z zakresu impostacji (optymalne ustawienie narządów) oraz znaczenie słuchu w formowaniu mowy.
- Oddychanie i artykulacja: Znaczenie oddechu przeponowo-żebrowego, fazy wydechowej w fonacji oraz ćwiczenia z zakresu miękkiego atakowania dźwięków. Przykłady błędów związanych z mówieniem na tzw. bezdechu.
- Higiena głosu: Rozpoznawanie czynników negatywnie wpływających na aparat głosowy (klimatyzacja, wahania temperatur, krzyki, zmęczenie). Przegląd praktycznych sposobów ochrony krtani i strun głosowych (np. odpowiednie nawadnianie, stosowanie siemienia lnianego).

Efekty edukacyjne szkolenia

Wiedza – uczestnik:

- Opisuje ogólną budowę i zasady działania narządów tworzących aparat mowy.
- Wymienia najpopularniejsze wady wymowy oraz czynniki wpływające na barwę i nośność dźwięku (zjawisko rezonansu).
- Rozpoznaje szkodliwe nawyki i czynniki środowiskowe obciążające struny głosowe.

Umiejętności – uczestnik:

- Prezentuje postawę ciała ułatwiającą swobodną emisję głosu podczas rozmowy weryfikacyjnej.
- Demonstruje prawidłowy oddech przeponowo-żebrowy na prośbę walidatora.
- Wskazuje umiejscowienie kluczowych narządów rezonacyjnych.
- Dobiera odpowiednie metody higieny aparatu mowy do podanych przez walidatora sytuacji ryzykownych z życia zawodowego.

VII. TEMAT NR 7. POZYSKIWANIE I ROZLICZANIE DOTACJI NA DZIAŁALNOŚĆ KÓŁ GOSPODYŃ WIEJSKICH (KGW)

Cel edukacyjny szkolenia W wyniku szkolenia uczestnik zdobędzie podstawową wiedzę o procesie aplikowania o dotacje, co zostanie potwierdzone pozytywnym wynikiem testu wiedzy oraz rozmową z niezależnym walidatorem, weryfikującą znajomość zasad poprawnego dokumentowania kosztów.

Zakres szkolenia

- Podstawy działalności KGW: Prawne i organizacyjne uwarunkowania funkcjonowania Kół Gospodyń Wiejskich, ich organizacja i zasady reprezentacji.
- Rachunkowość: Zasady prowadzenia finansów przez KGW, w tym prowadzenie uproszczonej ewidencji przychodów i kosztów (UEPiK).
- Źródła finansowania: Identyfikacja i analiza dostępnych form wsparcia, w tym pomocy finansowej i dotacji celowych (cel, beneficjenci, procedury przyznawania).
- Tworzenie wniosków: Procedura przygotowywania wniosków aplikacyjnych – definiowanie potrzeb, korelacja z celami programów, planowanie budżetu i harmonogramu oraz kompletacja wymaganej dokumentacji.
- Realizacja i kontrola: Weryfikacja warunków z umów dotacyjnych, w tym obowiązki beneficjenta. Procedury dokumentowania wydatków i kontrola dokumentów księgowych (formalna, rachunkowa i merytoryczna). Wskazanie uwarunkowań związanych z wdrażaniem Krajowego Systemu e-Faktur (KSeF).
- Sprawozdawczość: Zasady monitorowania zgodności realizowanych zadań z wytycznymi umowy oraz przygotowywania sprawozdań z realizacji i zestawień wydatków na potrzeby rozliczeń.

Efekty edukacyjne szkolenia

Wiedza – uczestnik:

- Definiuje przepisy prawne regulujące działanie KGW oraz obowiązki w ramach uproszczonej ewidencji przychodów i kosztów.
- Klasyfikuje dostępne źródła i procedury pozyskiwania dofinansowań dla kół gospodyń.

- Opisuje zasady poprawnego dokumentowania wydatków oraz wymogi wynikające z Krajowego Systemu e-Faktur (KSeF).

Umiejętności – uczestnik:

- Wskazuje poprawne i błędne zapisy w dostarczonym fragmencie przykładowego budżetu wniosku dotacyjnego.
- Interpretuje wybrane paragrafy umowy dotacyjnej w kontekście odpowiedzialności zarządu KGW.
- Kategoryzuje poszczególne koszty jako kwalifikowalne lub niekwalifikowalne na podstawie dostarczonych przykładów dowodów księgowych.
- Dobiera odpowiednie załączniki i raporty niezbędne do prawidłowego rozliczenia dotacji z listy dokumentów.