

# Zintegrowany Rejestr Kwalifikacji

## Formularz dla kwalifikacji - podgląd

Typ wniosku

Wniosek o włączenie kwalifikacji do ZSK

Nazwa kwalifikacji\*

Planowanie i prowadzenie działań komunikacyjnych w sytuacjach kryzysu wizerunkowego

Skrót nazwy

Rodzaj kwalifikacji\*

kwalifikacja cząstkowa

Proponowany poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji\*

6

Krótką charakterystyka kwalifikacji, obejmująca informacje o działaniach lub zadaniach, które potrafi wykonywać osoba posiadająca tę kwalifikację oraz orientacyjny koszt uzyskania dokumentu potwierdzającego otrzymanie danej kwalifikacji\*

Osoba posiadająca kwalifikację „Planowanie i prowadzenie działań komunikacyjnych w sytuacjach kryzysu wizerunkowego” jest gotowa do samodzielnego podejmowania działań związanych z planowaniem, prowadzeniem i monitorowaniem działań komunikacyjnych w sytuacjach kryzysowych. Analizuje organizację pod kątem możliwości wystąpienia kryzysu wizerunkowego oraz opracowuje podręcznik komunikacyjnych działań antykryzysowych (manual). Posługując się wiedzą na temat rodzajów i symptomów kryzysu przeprowadza diagnozę sytuacji kryzysowej oraz dobiera i wdraża działania komunikacyjne skierowane zarówno na zewnątrz, jak i do wewnątrz organizacji. Prowadzi efektywną współpracę z mediami w warunkach kryzysu. Sporządza raport z sytuacji kryzysowej oraz planuje działania naprawcze po kryzysie mające na celu poprawę wizerunku organizacji. Osoba posiadająca kwalifikację może ją wykorzystać podczas pracy w agencjach public relations, agencjach marketingowych, domach mediowych oraz w administracji publicznej, organizacjach pozarządowych i biznesie na stanowiskach pracy związanych z prowadzeniem działań komunikacyjnych, działań zarządczych lub działań z zakresu zarządzania zasobami ludzkimi. Orientacyjny nakład pracy potrzebny do uzyskania kwalifikacji został oszacowany na 230 godzin, w tym przykładowo 100 godzin na szkolenie/kurs lub inne formy uczenia się i 130 godzin czasu pracy własnej. Orientacyjny koszt uzyskania dokumentu potwierdzającego otrzymanie kwalifikacji wynosi 2000 zł.

Orientacyjny nakład pracy potrzebny do uzyskania kwalifikacji [godz.]\*

230

Grupy osób, które mogą być zainteresowane uzyskaniem kwalifikacji\*

Uzyskaniem kwalifikacji "Planowanie i prowadzenie działań komunikacyjnych w sytuacjach kryzysu wizerunkowego" mogą być zainteresowani: pracownicy działów public relations, marketingu; rzecznicy prasowi i pracownicy biur prasowych oraz inne osoby odpowiedzialne za kontakt z mediami, menedżerowie, kadra kierownicza oraz zarządcza w administracji publicznej, organizacjach pozarządowych oraz w biznesie; menedżerowie bezpieczeństwa, pracownicy instytucji oraz urzędów bezpieczeństwa i zarządzania kryzysowego, a także służb ratowniczych; dziennikarze zainteresowani pracą w obszarze PR; studenci i absolwenci studiów ekonomicznych, społecznych, humanistycznych, którzy chcą rozpocząć pracę na stanowiskach związanych z komunikacją kryzysową.

Wymagane kwalifikacje poprzedzające

Opis

Kwalifikacja pełna z poziomem 6 PRK

Lista

W razie potrzeby warunki, jakie musi spełniać osoba przystępująca do walidacji\*

Kwalifikacja pełna z poziomem 6 PRK

Zapotrzebowanie na kwalifikację\*

Kryzys (ang. crisis) to każda sytuacja, która wywołuje negatywne reakcje wśród interesariuszy (stakeholder's) organizacji i zagraża stabilności firmy oraz jej normalnemu funkcjonowaniu.[1] Z objawami kryzysu wizerunkowego zetknąć się mogą wszystkie przedsiębiorstwa, bez względu na ich wielkość i branżę. Kryzys wizerunkowy może mieć wymiar ogólnooorganizacyjny, ale również może dotyczyć niektórych tylko funkcji w dobrze działających przedsiębiorstwach. Należy też wziąć pod uwagę, że w dobie rozwoju internetu i w zmieniających się warunkach komunikacyjnych [2], prawdopodobieństwo wystąpienia kryzysu wizerunkowego jest o wiele większe niż kiedykolwiek wcześniej. Niezwykle istotnym czynnikiem dla zarządzania kryzysem jest proces właściwej komunikacji między organizacją a podmiotami w jej otoczeniu oraz jej środowiskiem wewnętrznym. Przygotowanie organizacji na wypadek wystąpienia kryzysu wizerunkowego oraz efektywne zarządzanie działaniami komunikacyjnymi w sytuacji kryzysowej zmniejszają znacznie ryzyko związane z utratą wizerunku.[3] Stąd, do kierowania działaniami komunikacyjnymi w warunkach kryzysu niezbędna jest zarówno wiedza, jak również praktyczne umiejętności w zakresie opracowywania i wdrażania programów naprawczych pozwalających na uniknięcie kryzysu wizerunkowego. Współczesne przedsiębiorstwa nie są w stanie bowiem uchronić się przed sytuacjami kryzysowymi, jednak stosując odpowiednie strategie zarządzania, mogą zmniejszyć prawdopodobieństwo wystąpienia sytuacji kryzysowych, zmniejszyć koszty walki z kryzysem oraz zminimalizować straty rynkowe będące efektem przedłużającego się trwania w kryzysie.[4] Zdolność organizacji do działań antykryzysowych tworzy jeden z kluczowych elementów potencjału organizacyjnego, ludzkiego, kulturowego, informacyjnego oraz finansowego. Jak pokazują wyniki badań Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości[5], 2/3 mikro przedsiębiorstw nie dysponuje żadnymi procedurami lub planami awaryjnymi dotyczącymi postępowania w czasie kryzysu. Zauważalna jest także tendencja, że im większe przedsiębiorstwo, tym większa świadomość istoty i konieczności planowania działań antykryzysowych: 21% średnich firm miało plany awaryjne, a 14% stworzyło je w trakcie trwania kryzysu. [6] Podobnie, badania przedsiębiorstw, które znalazły się w sytuacji kryzysowej dowodzą, że największy procent przedsiębiorstw (59%) deklarujących przygotowanie do zaistniałej sytuacji kryzysowej znalazło się w grupie średnich przedsiębiorstw. Liczba



Część efektów uczenia się właściwa dla kwalifikacji może być wspólna z efektami kształcenia na studiach podyplomowych z zakresu public relations oraz na studiach I i II stopnia na kierunkach prowadzonych w ramach nauk społecznych i humanistycznych, na których występuje specjalność public relations lub komunikacja społeczna. Efekty uczenia się wymagane w kontekście studiów obejmują szerszy zakres wiedzy i mają większą podbudowę teoretyczną, odpowiadają wymaganiom wyższego poziomu PRK. Charakter efektów uczenia się jest na tyle różny, że bezpośrednie odniesienie ich do efektów uczenia się wymaganych dla kwalifikacji „Planowanie i prowadzenie działań komunikacyjnych w sytuacjach kryzysu wizerunkowego” nie jest zasadne. Kwalifikacja ukierunkowana jest na specjalizację w obrębie komunikacji kryzysowej oraz na praktyczne umiejętności planowania, wdrażania i monitorowania działań komunikacyjnych w warunkach kryzysu. Należy podkreślić, że w ramach systemu szkolnictwa wyższego posiadanie efektów kształcenia pokrywających się zakresem z opisaną kwalifikacją rynkową nie może zostać potwierdzone w całości w wyniku walidacji uczenia się pozaformalnego i nieformalnego. Włączenie kwalifikacji do ZSK umożliwi potwierdzenie kompetencji przez osoby, które chcą skorzystać z równoważnej do formalnej ścieżki uczenia się przez całe życie.

#### Typowe możliwości wykorzystania kwalifikacji\*

Kwalifikacja „Planowanie i prowadzenie działań komunikacyjnych w sytuacjach kryzysu wizerunkowego” może być przydatna w pracy w: agencjach public relations, agencjach marketingowych, domach mediowych; w administracji publicznej, organizacjach pozarządowych oraz w biznesie na stanowiskach pracy związanych z prowadzeniem działań komunikacyjnych lub działań zarządczych; w administracji publicznej, organizacjach pozarządowych oraz w biznesie na stanowiskach pracy związanych z prowadzeniem działań z zakresu zarządzania zasobami ludzkimi; placówkach oświatowych i medycznych na stanowiskach pracy związanych z prowadzeniem działań komunikacyjnych; w służbach mundurowych na stanowiskach pracy związanych z prowadzeniem działań komunikacyjnych i zarządczych.

#### Wymagania dotyczące walidacji i podmiotów przeprowadzających walidację\*

1. Etap weryfikacji 1.1. Metody W weryfikacji efektów uczenia się stosuje się wyłącznie następujące metody: test teoretyczny, obserwacja w warunkach symulowanych (case study), analiza dowodów i deklaracji (próbek pracy), wywiad ustrukturyzowany (rozmowa z komisją). Weryfikacja składa się z dwóch części: teoretycznej i praktycznej. W części teoretycznej wykorzystuje się metodę testu teoretycznego. W części praktycznej wykorzystuje się wybrane metody spośród wskazanych: obserwacji w warunkach symulowanych, analizy dowodów i deklaracji (próbek pracy) oraz wywiad ustrukturyzowany (rozmowa z komisją). 1.2. Zasoby kadrowe W procesie weryfikacji biorą udział: ● w przypadku, gdy test teoretyczny przeprowadzany jest w elektronicznym systemie operator systemu egzaminacyjnego, który organizuje zaplecze techniczne do przeprowadzenia weryfikacji i nadzoruje przebieg testu; ● w przypadku, gdy test przeprowadzany jest poza systemem elektronicznym należy zapewnić nadzór nad prawidłowym przebiegiem tej części walidacji; ● komisja walidacyjna, składająca się z co najmniej 2 asesorów, która przeprowadza część praktyczną walidacji. Osoba będąca asesorem może być jednocześnie operatorem systemu egzaminacyjnego i osobą nadzorującą przebieg testu teoretycznego prowadzonego poza systemem elektronicznym. Operator systemu egzaminacyjnego musi posiadać: - wykształcenie minimum średnie, - znajomość obsługi komputera w zakresie uruchamiania oraz podstawowej obsługi systemu i zainstalowanych aplikacji, - umiejętność rozwiązywania problemów w sytuacji trudności z nawiązaniem lub zanikiem połączenia internetowego lub obsługą przeglądarki w zakresie kompatybilności z platformą egzaminacyjną. Weryfikację efektów uczenia się w części praktycznej prowadzi komisja walidacyjna. Każdy z członków komisji walidacyjnej musi: posiadać kwalifikację pełną z

poziomem 7 PRK; posiadać udokumentowane min. 5-letnie doświadczenie w pracy w public relations na samodzielnym stanowisku, w tym w projektowaniu i realizowaniu działań z zakresu komunikowania kryzysowego. Do zadań członków komisji należy m.in.: - stosowanie kryteriów weryfikacji przypisanych do efektów uczenia się dla opisywanej kwalifikacji oraz kryteriów oceny formalnej i merytorycznej dowodów na posiadanie efektów uczenia się właściwych dla opisywanej kwalifikacji; - stosowanie zasad prowadzenia weryfikacji, a także różnych metod weryfikacji efektów uczenia się, zgodnie z celami walidacji i zasadami Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji. Instytucja certyfikująca musi stosować rozwiązania zapewniające rozdzielanie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji. W szczególności istotne jest zapewnienie bezstronności osób przeprowadzających walidację m.in. poprzez rozdział osobowy mający na celu zapobieganie konfliktowi interesów osób przeprowadzających walidację. Osoby te nie mogą weryfikować efektów uczenia się osób, które były przez nie przygotowywane do uzyskania kwalifikacji „Planowanie i prowadzenie działań komunikacyjnych w sytuacjach kryzysu wizerunkowego”. 1.3. Sposób organizacji walidacji oraz warunki organizacyjne i materialne Instytucja certyfikująca musi zapewnić: • w przypadku, gdy test teoretyczny przeprowadzany jest w elektronicznym systemie stanowisko komputerowe dla kandydata ubiegającego się o nadanie kwalifikacji (jedno stanowisko dla jednego kandydata), wyposażone w przeglądarkę internetową z dostępem do internetu do realizacji części teoretycznej walidacji; • w przypadku, gdy test teoretyczny jest przeprowadzany poza systemem elektronicznym - arkusz testu oraz miejsce pozwalające na jego samodzielne wypełnienie. • stolik, krzesła; kamera lub aparat z funkcją nagrywania wideo; zestaw case study niezbędnych do weryfikacji efektów uczenia się wskazanych dla kwalifikacji; komputer z edytorem tekstu oraz arkuszem kalkulacyjnym. Instytucja certyfikująca musi zapewnić bezstronną i niezależną procedurę odwoławczą, w ramach której osoby uczestniczące w procesie walidacji i certyfikacji, mają możliwość odwołania się od decyzji dotyczących spełnienia wymogów formalnych, przebiegu walidacji samych egzaminów, a także decyzji kończącej walidację. W przypadku negatywnego wyniku walidacji instytucja certyfikująca jest zobowiązana przedstawić uzasadnienie decyzji. 2. Etapy identyfikowania i dokumentowania Instytucja prowadząca walidację zapewnia wsparcie doradcy na etapie identyfikowania i na etapie dokumentowania posiadanych efektów uczenia się. Doradca: - stosuje metody i narzędzia pomocne przy identyfikowaniu i dokumentowaniu kompetencji; - zna zasady weryfikacji dowodów na osiągnięcie efektów uczenia się; - zna wymagane efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ustalone dla kwalifikacji będących w zakresie jego działania jako doradcy walidacyjnego; - zna metody i narzędzia stosowane w celu zweryfikowania wymaganych efektów uczenia dla kwalifikacji będących w zakresie jego działania jako doradcy walidacyjnego.

Propozycja odniesienia do poziomu sektorowych ram kwalifikacji (o ile dotyczy)

Nie dotyczy

Syntetyczna charakterystyka efektów uczenia się\*

Osoba posiadająca kwalifikację „Planowanie i prowadzenie działań komunikacyjnych w sytuacjach kryzysu wizerunkowego” jest gotowa do samodzielnego podejmowania działań związanych z planowaniem, prowadzeniem i monitorowaniem działań komunikacyjnych w sytuacjach kryzysowych. Analizuje organizację pod kątem możliwości wystąpienia kryzysu oraz opracowuje podręcznik na wypadek sytuacji kryzysowych. Posługując się wiedzą na temat rodzajów i symptomów kryzysu przeprowadza diagnozę sytuacji kryzysowej oraz dobiera i wdraża działania komunikacyjne skierowane zarówno na zewnątrz, jak i do wewnątrz organizacji. Prowadzi efektywną współpracę z mediami w warunkach kryzysu. Sporządza raport dotyczący reputacji organizacji po zaistniałej sytuacji kryzysowej oraz planuje działania naprawcze po kryzysie mające na celu poprawę wizerunku organizacji.

## Zestawy efektów uczenia się

Numer zestawu w kwalifikacji\*

1

Nazwa zestawu\*

Zapobieganie sytuacjom kryzysowym w kontekście reputacji przedsiębiorstwa

Poziom PRK\*

6

Orientacyjny nakład pracy [godz.]\*

72

Rodzaj zestawu

obowiązkowy

Poszczególne efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia\*

### Poszczególne efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia

Efekt uczenia się

Analizuje organizację pod kątem możliwości wystąpienia kryzysu wizerunkowego

Kryteria weryfikacji\*

- identyfikuje zagrożenia zewnętrzne sprzyjające wystąpieniu kryzysu (np. zjawiska atmosferyczne); - identyfikuje zagrożenia wewnętrzne sprzyjające wystąpieniu kryzysu (np. konflikty pracownicze); - identyfikuje interesariuszy, w tym grupy nacisku; - identyfikuje grupy docelowe w otoczeniu zewnętrznym i wewnętrznym organizacji; - identyfikuje decydentów w otoczeniu organizacji; - wskazuje ekspertów i autorytety, które mogą wspierać organizację w komunikacji kryzysowej; - wskazuje narzędzia monitorowania obecności organizacji w mediach, w tym w mediach społecznościowych; - identyfikuje środki i kanały komunikacji wewnętrznej w organizacji.

Efekt uczenia się

Opracowuje podręcznik działań antykryzysowych

Kryteria weryfikacji\*

- omawia elementy procedury zarządzania problemem; - omawia elementy procedury zarządzania kryzysem; - charakteryzuje zasady komunikacji organizacji w sytuacji nieszczęśliwego wypadku ze skutkiem śmiertelnym lub ciężkim uszczerbkiem na zdrowiu; - wskazuje działy, zespoły oraz specjalistów w organizacji, od których pozyskuje informacje na temat -potencjalnych sytuacji kryzysowych; - określa skład sztabu antykryzysowego; - charakteryzuje role poszczególnych członków sztabu antykryzysowego, w tym rzecznika prasowego; - wymienia narzędzia komunikacji kryzysowej; - sporządza oświadczenie na wypadek sytuacji kryzysowej; - przygotowuje przykładowy scenariusz sytuacji kryzysowej; - przygotowuje zlecenie badań reputacyjnych organizacji dla firmy badawczej; - sporządza plan warsztatów antykryzysowych dla pracowników organizacji.

Efekt uczenia się

Posługuje się wiedzą na temat sytuacji kryzysu wizerunkowego w organizacjach

**Kryteria weryfikacji\***

wskazuje różnice między kryzysem a problemem; omawia pojęcie kryzysu w organizacji; - charakteryzuje fazy kryzysu; - wymienia rodzaje i źródła kryzysów; - omawia możliwe skutki kryzysu dla organizacji (biznesowe, wizerunkowe); - wymienia strategie wychodzenia z kryzysu.

**Numer zestawu w kwalifikacji\***

2

**Nazwa zestawu\***

Prowadzenie działań komunikacyjnych w sytuacji kryzysowej

**Poziom PRK\***

6

**Orientacyjny nakład pracy [godz.]\***

104

**Rodzaj zestawu**

obowiązkowy

**Poszczególne efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia\***

**Poszczególne efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia**

**Efekt uczenia się**

Przeprowadza analizę genezy kryzysu i planuje działania komunikacyjne w sytuacji kryzysowej

**Kryteria weryfikacji\***

- identyfikuje symptomy kryzysu; - wskazuje strony konfliktu; - sporządza harmonogram działań komunikacyjnych w sytuacji kryzysowej oraz określa priorytety dla poszczególnych działań.

**Efekt uczenia się**

Realizuje działania z zakresu komunikacji wewnętrznej w warunkach kryzysu

**Kryteria weryfikacji\***

- dobiera kanały oraz narzędzia komunikacji do wewnętrznych grup w konkretnej sytuacji kryzysowej; - identyfikuje liderów komunikacji wewnętrznej; - sporządza plan szkolenia dla liderów komunikacji wewnętrznej; - określa kluczowe treści, które powinny być zawarte w komunikatach osób zarządzających skierowanych do pracowników; - omawia zasady udzielania wypowiedzi dotyczących sytuacji kryzysowej przez pracowników organizacji; - wskazuje przepisy dotyczące obowiązku zachowania poufności; - wymienia elementy instrukcji dla pracowników w celu prowadzenia komunikacji kryzysowej z klientem i

kontrahentem.

Efekt uczenia się

Realizuje działania z zakresu komunikacji zewnętrznej w warunkach kryzysu

Kryteria weryfikacji\*

- omawia zasady współpracy z mediami w warunkach kryzysu; - określa kluczowe rodzaje mediów do współpracy w warunkach kryzysu; - omawia przepisy prawa prasowego, w szczególności prawo do sprostowania, prawo do autoryzacji wypowiedzi; - omawia przepisy dotyczące ochrony wizerunku, w szczególności prawo do ochrony dóbr osobistych; - przygotowuje i wygłasza oświadczenie reaktywne skierowane do mediów (holding statement); - sporządza plan konferencji prasowej lub briefingu prasowego oraz określa prelegentów; - podaje przykłady technik odpowiadania na trudne pytania dziennikarzy; - omawia znaczenie mediów społecznościowych w komunikowaniu kryzysowym; - przygotowuje wpis związany z kryzysem do mediów społecznościowych dostosowany do specyfiki danej platformy internetowej; - dobiera kanały oraz narzędzia komunikacji do zewnętrznych grup w konkretnej sytuacji kryzysowej; - określa kluczowe treści, które powinny być zawarte w komunikatach skierowanych do klientów lub kontrahentów.

Numer zestawu w kwalifikacji\*

3

Nazwa zestawu\*

Wdrażanie działań naprawczych po kryzysie

Poziom PRK\*

6

Orientacyjny nakład pracy [godz.]\*

54

Rodzaj zestawu

obowiązkowy

Poszczególne efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia\*

### **Poszczególne efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia**

Efekt uczenia się

Opracowuje raport z sytuacji kryzysowej

Kryteria weryfikacji\*

- wymienia elementy raportu z sytuacji kryzysowej; - formułuje kluczowe dla zarządzania kryzysem wizerunkowym wnioski do podsumowania raportu; - wskazuje ewentualne błędy sztabu kryzysowego w komunikowaniu się w sytuacji kryzysu; - określa obszary do poprawy w komunikowaniu kryzysowym; - wskazuje procedury do modyfikacji w celu usprawnienia procesu komunikowania w trakcie kryzysu; - opracowuje streszczenie sytuacji kryzysowej na



potrzeby przygotowania zlecenia do przeprowadzenia badań reputacyjnych po kryzysie przez firmę zewnętrzną.

#### Efekt uczenia się

Planuje kampanię naprawczą

#### Kryteria weryfikacji\*

- określa cele kampanii według metodologii SMART; - określa grupy docelowe kampanii; - dobiera działania i narzędzia komunikacyjne do celów i grup docelowych; - przygotowuje harmonogram kampanii; - opracowuje budżet kampanii; - określa wskaźniki efektywności zaplanowanych działań.

### Informacje o instytucjach uprawnionych do nadawania kwalifikacji

#### Wnioskodawca\*

Fundacja VCC

#### Minister właściwy\*

Ministerstwo Przedsiębiorczości i Technologii

#### Okres ważności dokumentu potwierdzającego nadanie kwalifikacji i warunki przedłużenia jego ważności\*

Certyfikat ważny bezterminowo

#### Nazwa dokumentu potwierdzającego nadanie kwalifikacji\*

Certyfikat

#### Uprawnienia związane z posiadaniem kwalifikacji\*

Nie dotyczy

#### Kod dziedziny kształcenia\*

340 - Zarządzanie i marketing

#### Kod PKD\*

Kod	Nazwa
70.21	Stosunki międzyludzkie (public relations) i komunikacja

#### Status

#### Dokumenty

#	Tytuł dokumentu
1	KRS rejestr przedsiębiorców
2	KRS rejestr stowarzyszeń
3	Potwierdzenie wniesienia opłaty
4	Statut
5	ZRK_FKU_Planowanie i prowadzenie działań komunikacyjnych w sytuacjach kryzysu wizerunkowego



Oświadczam, że dane zawarte we wniosku o włączenie kwalifikacji rynkowej do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji są zgodne z prawdą. Jestem świadomy odpowiedzialności karnej za złożenie fałszywego oświadczenia.\*

Dane o podmiocie, który złożył wniosek

Fundacja VCC

Siedziba i adres: Matki Teresy z Kalkuty 18 lok.16, 20-538 Lublin

NIP: 7123281299

REGON: 061608116

Numer KRS: 0000479551

Reprezentacja: Radosław Panas - Prezes Zarządu, Edyta Migalka - Dyrektor ds. komunikacji

Adres elektroniczny osoby wnoszącej wniosek: [edyta.migalka@vccsystem.eu](mailto:edyta.migalka@vccsystem.eu)