

Zintegrowany Rejestr Kwalifikacji

Formularz dla kwalifikacji - podgląd

Typ wniosku

Wniosek o włączenie kwalifikacji do ZSK

Nazwa kwalifikacji*

Komunikowanie się za pomocą tworzenia, opowiadania i wysłuchiwanie historii (storytelling)

Skrót nazwy

Storytelling

Rodzaj kwalifikacji*

kwalifikacja cząstkowa

Proponowany poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji*

5

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 jest przygotowana do komunikowania się za pomocą historii, w tym stworzenia i zaprezentowania historii odpowiadającej założonym celom i dostosowanej do odbiorców oraz wysłuchania historii innej osoby. Posiada wiedzę w zakresie przeprowadzania diagnozy odbiorców, definiowania celu narracji oraz metod budowania i opowiadania historii. Omawia pojęcie empatii jako niezbędnego elementu budowania angażujących historii. Ponadto, jest gotowa do budowania historii w odpowiedzi na sformułowany cel i scharakteryzowaną personę, wykorzystując wybraną metodę konstruowania historii. Prezentuje ją w sposób angażujący, obserwuje reakcję odbiorców i wyciąga z niej wnioski, jak również wysłuchuje historii innych osób i potrafi je sparafrazować z uwzględnieniem faktów i emocji oraz przesłania historii (morału). Osoba posiadająca kwalifikację może ją wykorzystywać w pracy m.in.: w marketingu (np. na stanowiskach: brand manager, content manager, social media manager, communication manager, media planner, copywriter, bloger i influencer); w sprzedaży (np. na stanowiskach: handlowiec, przedstawiciel handlowy, social selling manager, merchandiser); w zarządzaniu zasobami ludzkimi (np. na stanowiskach: employer branding manager, specjalista ds. budowania wizerunku pracodawcy, specjalista HR; Instruktorzy oraz pracownicy operacyjni, dedykowani do szkolenia nowo zatrudnionych, Lean manager, manager ds. HR, HR business partner, Talent Acquisition); w zarządzaniu projektami (np. na stanowisku project manager) czy w edukacji (np. na stanowiskach nauczyciel, trener, edukator). Orientacyjny koszt uzyskania kwalifikacji: 2 000,00 zł

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

Grupy osób, które mogą być zainteresowane uzyskaniem kwalifikacji*

Zainteresowane zdobyciem kwalifikacji mogą być: - osoby już zajmujące się storytellingiem i chcące potwierdzić swoje kwalifikacje; - osoby chcące uzyskać kwalifikacje storytellingu, by wykorzystać je do podniesienia skuteczności w marketingu, sprzedaży, edukacji; - absolwenci studiów z zakresu komunikowania (głównie z obszaru dziennikarstwa, ale także reklamy, brandingu, PR), którzy, mając po studiach akademickich niedosyt nowoczesnych i przydatnych na rynku pracy kompetencji, chcą poszerzyć swoją wiedzę i zdobyć praktyczne umiejętności związane z funkcjonowaniem w mediach zdigitalizowanych by skutecznie wejść na rynek pracy; - liderzy zespołów i organizacji chcący lepiej motywować i rozwijać swoich pracowników oraz poprawić współpracę i udrożnić komunikację wewnątrz organizacji zarówno pionową: przełożeni - podwładni, podwładni - przełożeni, jak i poziomą: zespół - zespół, pracownik - pracownik; - osoby publiczne, rzecznicy prasowi, freelancerzy, twórcy i inne osoby, które chciałyby poznać zasady wykorzystania opowiadania historii dla zwiększenia siły perswazji; - inżynierowie, specjaliści IT, księgowi i przedstawiciele innych zawodów technicznych chcący komunikować się zrozumiałym językiem z otoczeniem; - pracownicy i wolontariusze organizacji non-profit chcący zwiększyć efektywność działań fundraisingowych oraz siłę wpływu prowadzonych akcji społecznych; - pracownicy sektora mediów i reklamy chcący wzmocnić oddziaływanie przekazywanych treści i kampanii reklamowych; - każda osoba, która chce być bardziej przekonująca i wiarygodna w swoich relacjach biznesowych i osobistych.

Należy zaznaczyć poniższe pole jeśli dotyczy (pole wprowadzone od 1.09.2019 r.)



Możliwe jest przygotowanie do uzyskania kwalifikacji w ramach obowiązkowych zajęć edukacyjnych z zakresu kształcenia zawodowego (branżowa szkoła I stopnia, technikum, szkoła policealna) [Rozporządzenie MEN z dnia 16 maja 2019 r.](#)

Wskazanie zawodów szkolnictwa zawodowego, z którymi związana jest kwalifikacja

- BRANŻA AUDIOWIZUALNA (AUD) - Asystent kierownika produkcji filmowej i telewizyjnej (343902) od 1 września 2019r.
- BRANŻA HANDLOWA (HAN) - Sprzedawca (522301) od 1 września 2019r.
- BRANŻA HANDLOWA (HAN) - Technik handlowiec (522305) od 1 września 2019r.
- BRANŻA HOTELARSKO-GASTRONOMICZNO-TURYSTYCZNA (HGT) - Technik organizacji turystyki (422104) od 1 września 2019r.
- BRANŻA POLIGRAFICZNA (PGF) - Technik reklamy (333907) od 1 września 2019r.

Wymagane kwalifikacje poprzedzające

Opis

Kwalifikacja pełna z poziomem IV Polskiej Ramy Kwalifikacji

Lista

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

Kwalifikacja pełna z poziomem IV Polskiej Ramy Kwalifikacji

Zapotrzebowanie na kwalifikację*

Storytelling to komunikowanie się za pomocą tworzenia, opowiadania i wysłuchiwanie historii. To jedna z kluczowych umiejętności społecznych, która jest podstawą budowania efektywnych zespołów w organizacjach, przekazywania wiedzy oraz promowania i sprzedawania zarówno dóbr, jak i idei. Narratorem może być bowiem każdy, a historii tyle, ile celów do osiągnięcia. Ta kwalifikacja pozwoli pracownikom i przedsiębiorcom na uzyskanie większej skuteczności biznesowej i osobistej poprzez nieinwazyjną komunikację, zwłaszcza w sytuacjach trudnych, konfliktowych czy kryzysowych. Już dzisiaj komunikacja wykorzystująca storytelling znajduje się wśród najszybciej rosnących umiejętności społecznych pożądanych w miejscu pracy. Potwierdzają to liczne badania i raporty w tym m.in. raport "2020 Workplace Learning Trends UDEMY" według którego 40% liderów wskazało komunikację i storytelling, jako priorytet szkoleń w ich organizacjach (wyżej znalazły się tylko innowacje - 45% i zarządzanie zmianą - 42%). Raport Światowego Forum Ekonomicznego "Future of Jobs 2018" wskazuje komunikację i empatię, jako umiejętności przyszłości, których nie może zastąpić maszyna. Storytelling odpowiada na przyszłe potrzeby społeczne, ponieważ wzmacnia empatię, a wg raportu Beyond 2030 "wrażliwość i empatia pomogą nam ściślej współpracować w społecznościach i postrzegać siebie nawzajem, jako istoty ludzkie. To z kolei pomoże nam skuteczniej rozwiązywać problemy." W przyszłości trend elastycznego podejścia do swojej ścieżki zawodowej, zakładający jej zmiany i zdolność do płynnego przekwalifikowywania się, będzie się nasilał, a storytelling może być traktowany, jako kwalifikacja uniwersalna do wykorzystania w różnych obszarach kompetencji i na różnych stanowiskach, w tym szczególnie w pracy w marketingu, komunikacji, sprzedaży i w edukacji, a także na szeroko rozumianych stanowiskach kierowniczych. Pomimo faktu, iż storytelling nie jest nową umiejętnością na rynku polskim, nie ma jednego standardu uczenia komunikowania się z wykorzystaniem budowania, opowiadania i wysłuchiwanie historii. To z kolei nie pozwala zarówno pracodawcom jak i pracownikom jednoznacznie stwierdzić ani czy opanowali tę kompetencję ani w jakim zakresie. Prowadzone przez firmy szkoleniowe kursy storytellingu opierają się najczęściej na nauce jednej umiejętności - opowiadania historii, dodatkowo ukazując ją w bardzo wąskim obszarze, np. storytelling w budowaniu marki, storytelling w sprzedaży online, czy storytelling w pisaniu scenariuszy. Trudność w ocenie jakości szkoleń potęgowana jest również przez fakt, iż pod rozumianym potocznie pojęciem storytellingu rozumie się różnorodne działania, takie jak np. pisanie, pozyskiwanie, wymyślanie, odtwarzanie, ale najczęściej właśnie opowiadanie historii. Brakuje holistycznego podejścia do budowy tej kompetencji, które gwarantowałyby spójność, kompleksowość i porównywalność tej kwalifikacji pomiędzy osobami legitymującymi się nią na rynku pracy. Dopiero opracowywana kwalifikacja da taką możliwość i będzie jedyną w Polsce kwalifikacją zawierającą całościową charakterystykę wiedzy i umiejętności potrzebnych do potwierdzenia kompetencji w storytellingu zdefiniowanym jako proces. Tym sposobem powstanie możliwość certyfikacji ekspertów w tej ważnej i potrzebnej, zarówno gospodarce jak i społeczeństwu, dziedzinie.

Odniesienie do kwalifikacji o zbliżonym charakterze oraz wskazanie kwalifikacji ujętych w ZRK zawierających wspólne zestawy efektów uczenia się*

Kwalifikacja nie wskazuje podobieństwa z żadną kwalifikacją pełną czy częściową ujętą w ZRK. Na polskim rynku edukacyjnym, w ramach różnych form i typów kształcenia, istnieją nieliczne przedmioty na studiach podyplomowych lub szkolenia o podobnej nazwie, zawierające częściowe tematy oraz częściowo wspólne efekty uczenia się, takie jak w opracowywanej kwalifikacji (m.in. efekty uczenia się dotyczące wykorzystania wiedzy o storytellingu, istoty storytellingu, metod budowania historii, prezentowania historii itp.). Należy zauważyć, że opracowywana kwalifikacja będzie obecnie jedyną w Polsce, zawierającą całościową charakterystykę wiedzy i umiejętności o storytellingu (nie znaleziono w całej Polsce Studiów

Podyplomowych o tej nazwie). Obecnie można wyróżnić trzy formy kształcenia w Polsce, w której występują wspomniane elementy (tematy i efekty uczenia się) dotyczące storytellingu: 1/Studia Podyplomowe na różnych uczelniach w całej Polsce. Wśród nich m.in. Studia Podyplomowe Storytelling, Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie; Studia Podyplomowe, Social media & content marketing. Akademia Górniczo-Hutnicza im. St. Staszica; Wydział Humanistyczny, Studia Podyplomowe, Zarządzania Marką, Kolegium Gospodarki Światowej SGH w Warszawie itp. 2/Szkolenia, na przykład Storytelling. Umiejętność wykorzystywania opowieści do zarządzania biznesem, EY Academy of Business w Warszawie, STORYTELLING W EDUKACJI, Krakowski Instytut Rozwoju Edukacji itp. 3/Warsztaty - Storytelling dla podróżników, Wydział Filologiczny Uniwersytetu Gdańskiego czy Storytelling w biznesie, TRAINING DESIGNERS w Gdańsku itp. W ramach szkolnictwa branżowego nie występują kwalifikacje zawierające wspólne efekty uczenia się z ww., niemniej jednak kwalifikacja "Komunikowanie się za pomocą tworzenia, opowiadania i wysłuchiwanie historii (storytelling)" może stanowić uzupełnienie (i element ścieżki rozwoju) takich kwalifikacji jak "Przygotowanie i organizacja produkcji audiowizualnej", "Przygotowanie imprez turystycznych", "Zarządzanie kampanią reklamową". We wszystkich wymienionych formach i typach edukacji na zagadnienia storytellingu przeznaczono 5 do 15 godzin. Wymagany zakres wiedzy i umiejętności jest tam znacznie węższy niż w kwalifikacji. Ponadto żadna z tych form kształcenia nie umożliwia walidacji czyli potwierdzenia efektów uczenia się.

Należy zaznaczyć poniższe pole jeśli dotyczy (pole wprowadzone od 1.09.2019 r.)

Kwalifikacja zawiera wspólne lub zbliżone zestawy efektów kształcenia z „dodatkowymi umiejętnościami zawodowymi” w zakresie wybranych zawodów szkolnictwa branżowego

[Dodatkowe umiejętności zawodowe](#)

Typowe możliwości wykorzystania kwalifikacji*

Kwalifikacja pozwoli pracownikom i przedsiębiorcom na uzyskanie większej skuteczności biznesowej i osobistej poprzez nieinwazyjną komunikację, zwłaszcza w sytuacjach trudnych, konfliktowych czy kryzysowych, co może być wykorzystywane w pracy m.in.: ● w marketingu, np. na stanowiskach: brand manager, content manager, social media manager, communication manager, media planner, business development manager, project manager, copywriter, bloger i influencer; ● w sprzedaży, np. na stanowiskach: handlowiec, przedstawiciel handlowy, social selling manager, merchandiser, channel partners; ● w edukacji np. na stanowiskach nauczyciel, trener, edukator; ● w zarządzaniu zasobami ludzkimi, np. na stanowiskach: manager ds. HR, specjalista ds. budowania wizerunku pracodawcy; ● w managementcie, np. na stanowiskach kierowniczych i dyrektorskich; ● w komunikacji społecznej, np. na stanowiskach: lobbysta, spin doctor, specjalista ds. PR, rzecznik prasowy, specjalista ds. pozyskiwania wsparcia finansowego (fundraiser).

Wymagania dotyczące walidacji i podmiotów przeprowadzających walidację*

1. Etap weryfikacji 1.1. Metody Na etapie weryfikacji stosuje się następujące metody: - test teoretyczny, - obserwacja w warunkach symulowanych - analiza studium przypadku i prezentacja. 1.2. Zasoby kadrowe W skład komisji walidacyjnej wchodzi minimum 3 osoby posiadające kwalifikację pełną z poziomem co najmniej VII PRK oraz kwalifikację rynkową z zakresu storytellingu lub certyfikat licencjonowanej metody wykorzystywania storytellingu w biznesie, a także wszyscy członkowie komisji łącznie spełniają poniższe kryteria, przy czym każdy z członków komisji spełnia przynajmniej jedno: - przynajmniej jedna osoba posiada

doświadczenie w prowadzeniu szkoleń ze storytellingu - minimum 500 godzin szkoleniowych; - przynajmniej jedna osoba posiada kwalifikację pełną z poziomem co najmniej VII PRK z psychologii oraz certyfikację z przynajmniej jednego narzędzia psychometrycznego i doświadczenie w jego stosowaniu; - przynajmniej jedna osoba posiada doświadczenie w stosowaniu storytellingu w biznesie, edukacji czy organizacjach non-profit i minimum 5 lat pracy w marketingu lub reklamie lub PR lub employer branding; - przynajmniej jedna osoba posiada doświadczenie w projektowaniu szkoleń/programów rozwojowych lub programów nauczania w zakresie storytellingu lub komunikacji marketingowej i interpersonalnej - minimum 10 projektów lub 5 programów nauczania. 1.3. Warunki organizacyjne i materialne Za pomocą metody testu teoretycznego weryfikacji podlegają efekty uczenia się zawarte w Zestawie 1. Natomiast efekty uczenia się opisane w Zestawie 2 walidowane są za pomocą metody obserwacji w warunkach symulowanych tj. na podstawie analizy studium przypadku kandydat tworzy i prezentuje historię. W trakcie walidacji kandydat powinien zaprezentować przynajmniej 3 historie na podstawie 3 różnych przypadków. Instytucja prowadząca walidację zapewnia: - przypadki - scenariusze do analizy; - pomieszczenie umożliwiające osobom, które przystąpiły do walidacji, samodzielną pracę; - sprzęt do nagrywania głosu i obrazu; Instytucja certyfikująca zapewnia warunki organizacyjne do podejścia do walidacji dla osób z niepełnosprawnościami, przy czym zapewnienie osoby wspierającej np. tłumacza języka migowego, leży po stronie kandydata. 2. Etap identyfikowania i dokumentowania Instytucja certyfikująca zapewnia wsparcie doradcy walidacyjnego spełniającego poniższe kryteria: - kwalifikację pełną z poziomem VII PRK; - kwalifikację rynkową z zakresu storytellingu lub certyfikat licencjonowanej metody wykorzystywania storytellingu w biznesie.

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

Nie dotyczy

Syntetyczna charakterystyka efektów uczenia się*

Osoba posiadająca kwalifikację jest przygotowana do komunikowania się za pomocą historii, w tym stworzenia i zaprezentowania historii odpowiadającej założonym celom i dostosowanej do odbiorców oraz wysłuchania historii innej osoby. Posiada wiedzę w zakresie przeprowadzania diagnozy odbiorców, definiowania celu narracji oraz metod budowania i opowiadania historii. Omawia pojęcie empatii, jako niezbędnego elementu budowania angażujących historii. Ponadto, jest gotowa do budowania historii, w odpowiedzi na sformułowany cel i scharakteryzowaną personę, wykorzystując wybraną metodę konstruowania historii. Prezentuje ją w sposób angażujący, a także obserwuje reakcję odbiorców i wyciąga z niej wnioski, jak również wysłuchuje historii innych osób i potrafi je sparafrazować z uwzględnieniem faktów, emocji i przesłania historii (morału).

Zestawy efektów uczenia się

Numer zestawu w kwalifikacji*

1

Nazwa zestawu*

Podstawy teoretyczne storytellingu

Poziom PRK*

5

Orientacyjny nakład pracy [godz.]*

60

Rodzaj zestawu

obowiązkowy

Poszczególne efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia*

Poszczególne efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia

Efekt uczenia się

a. omawia przeprowadzanie diagnozy odbiorców

Kryteria weryfikacji*

- wyjaśnia cel przeprowadzenia diagnozy; - wymienia obszary diagnozy odbiorcy; - omawia metodę diagnozy odbiorcy (np. profilowanie, segmentacja).

Efekt uczenia się

b. charakteryzuje definiowanie celu

Kryteria weryfikacji*

- wymienia możliwe cele komunikacji; - omawia metodykę definiowania celów.

Efekt uczenia się

c. charakteryzuje metody budowania i opowiadania historii

Kryteria weryfikacji*

- wymienia elementy, składniki historii; - omawia metodę budowania historii (np. podróż bohatera wg. J. Campbella, storyboard, piramida historii wg. Freytaga); - wyjaśnia znaczenie emocji w opowiadaniu historii; - wyjaśnia znaczenie równowagi między faktami i emocjami w historii; - omawia poznawcze bariery komunikacyjne i sposoby zapobiegania ich wystąpieniu.

Efekt uczenia się

d. charakteryzuje pojęcie empatii w budowaniu historii

Kryteria weryfikacji*

- wyjaśnia pojęcie empatii; - omawia rolę empatii w skutecznej komunikacji.

Numer zestawu w kwalifikacji*

2

Nazwa zestawu*

Komunikowanie się za pomocą historii

Poziom PRK*

5

Orientacyjny nakład pracy [godz.]*

90

Rodzaj zestawu

obowiązkowy

Poszczególne efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia*

Poszczególne efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia

Efekt uczenia się

a. buduje historię

Kryteria weryfikacji*

- opracowuje charakterystykę osoby na podstawie otrzymanych informacji; - definiuje cel komunikacji; - dobiera typ historii (np. historia produktu, historia założycielska, historia sukcesu, historia porażki) do celu komunikacji; - zapisuje gotową do zaprezentowania treść historii zbudowaną zgodnie z wybraną metodą.

Efekt uczenia się

b. prezentuje historię

Kryteria weryfikacji*

- wzbudza i utrzymuje uwagę słuchaczy; - buduje kontakt ze słuchaczami np. poprzez kontakt wzrokowy; - buduje napięcie w opowiadanej historii dostosowując tempo mówienia do treści; - nazywa emocje przeżywane przez bohaterów historii; - wyraża (ekspresja niewerbalna) emocje adekwatnie do celu historii, do jej odbiorcy jak i do własnego temperamentu; - uspójnia przekaz werbalny i niewerbalny; - trzyma się struktury historii i perspektywy wybranego bohatera; - trzyma się wyznaczonych ram czasowych; - puentuje historię zgodnie z zamierzonym celem.

Efekt uczenia się

c. wyciąga wnioski dotyczące podnoszenia skuteczności opowiadanych historii

Kryteria weryfikacji*

- obserwuje i interpretuje efekty opowiedzianej historii; - zapisuje wnioski i propozycje autokorekty.

Efekt uczenia się

d. wysłuchuje historii innej osoby

Kryteria weryfikacji*

- parafrazuje wysłuchaną historię; - przedstawia fakty zawarte w historii; - odzwierciedla emocje osoby opowiadającej historię.

Informacje o instytucjach uprawnionych do nadawania kwalifikacji

Wnioskodawca*

Magdalena Petryniak GRUPA SAPR

Minister właściwy*

Minister Rozwoju, Pracy i Technologii

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

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
85.6	Działalność wspomagająca edukację

Status

Dokumenty

#	Tytuł dokumentu
1	Kwalifikacja Storytelling - opłata
2	ZRK_FKU_885 - podpis
3	ZRK_FKU_885 - PODPIS
4	ZRK_FKU_Storytelling
5	ZRK_FKU_Storytelling
6	ZRK_FKU_Storytelling
7	ZRK_FKU_Storytelling
8	ZRK_FKU_Storytelling
9	ZRK_FKU_Storytelling



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

Magdalena Petryniak GRUPA SAPR
Siedziba i adres: Fabryczna 24a/22, 00-446 Warszawa
NIP: 6762283815
REGON: 120536839
Reprezentacja: Magdalena Petryniak

Adres elektroniczny osoby wnoszącej wniosek: magda.petryniak@storyseekers.pl

