

Opisywanie kwalifikacji rynkowej – formularz

Opis kwalifikacji rynkowej (nazwa kwalifikacji)

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

Materiał roboczy opracowany przy wsparciu Instytutu Badań Edukacyjnych w ramach projektu systemowego „Wspieranie realizacji II etapu wdrażania Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji na poziomie administracji centralnej oraz instytucji nadających kwalifikacje i zapewniających jakość nadawania kwalifikacji” współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego w ramach programu Operacyjnego Wiedza, Edukacja, Rozwój, Priorytet II: Efektywne polityki publiczne dla rynku pracy, gospodarki i edukacji, Działanie 2.13 Przejrzysty i spójny Krajowy System Kwalifikacji.

Zadanie 2: Wspieranie podmiotów zainteresowanych włączeniem do ZSK kwalifikacji nadawanych poza systemami oświaty i szkolnictwa wyższego, w tym kwalifikacji rynkowych.

Typ wniosku
Wniosek o włączenie kwalifikacji do ZSK
Nazwa kwalifikacji (300 znaków) <i>Pole obowiązkowe (art. 15 ust. 1 pkt 2) lit. a). Pełna nazwa kwalifikacji, która ma być widoczna w ZRK i być umieszczana na dokumencie potwierdzającym jej uzyskanie.</i> <i>Nazwa kwalifikacji (na ile to możliwe) powinna:</i> – jednoznacznie identyfikować kwalifikację, – różnić się od nazw innych kwalifikacji, – różnić się od nazwy zawodu, stanowiska pracy lub tytułu zawodowego, uprawnienia, – być możliwie krótka, – nie zawierać skrótów, – być oparta na rzeczowniku odczasownikowym, np. „gromadzenie”, „przechowywanie”, „szycie”.
Komunikowanie się za pomocą tworzenia, opowiadania i wysłuchiwanie historii (storytelling)
Skrót nazwy (150 znaków) <i>Pole nieobowiązkowe.</i>
Storytelling
Rodzaj kwalifikacji <i>Wskazanie, czy kwalifikacja jest: kwalifikacją pełną, czy kwalifikacją częściową.</i>

Cząstkowa

Proponowany poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji

Pole obowiązkowe (art. 15 ust. 1 pkt 4). Proponowany poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji.

5 poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji

Krótką charakterystyką kwalifikacji oraz orientacyjny koszt uzyskania dokumentu potwierdzającego otrzymanie danej kwalifikacji (4000 znaków)

Pole obowiązkowe (art. 15 ust. 1 pkt 2) lit. d). Wybrane informacje o kwalifikacji skierowane do osób zainteresowanych uzyskaniem kwalifikacji oraz do pracodawców, które pozwolą im szybko ocenić, czy dana kwalifikacja jest właśnie tą, której poszukują.

Krótką charakterystyką może odpowiadać na pytanie: „Jakie działania lub zadania jest w stanie podejmować osoba posiadająca daną kwalifikację?”.

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 osobę, 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, blogger 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.]

Pole obowiązkowe (art. 15 ust. 1 pkt 2) lit. c). Przeciętna liczba godzin, które trzeba poświęcić na osiągnięcie efektów uczenia się wymaganych dla danej kwalifikacji oraz na ich walidację (1 godzina = 60 minut).

W pierwszej kolejności warto ustalić orientacyjny nakład pracy dla poszczególnych zestawów efektów uczenia się. Orientacyjny nakład pracy dla kwalifikacji odpowiada sumie nakładu pracy potrzebnego do uzyskania wyodrębnionych w niej zestawów efektów uczenia się.

150 godzin

Grupy osób, które mogą być zainteresowane uzyskaniem kwalifikacji (2000 znaków)

Pole obowiązkowe (art. 15 ust. 1 pkt 2) lit. f). Informacja na temat grup osób, które mogą być szczególnie zainteresowane uzyskaniem danej kwalifikacji, np. osoby zarządzające nieruchomościami, specjaliści z zakresu telekomunikacji, kobiety powracające na rynek pracy.

Zainteresowane zdobyciem kwalifikacji mogą być:

- osoby już zajmujące się storytellingiem i chcące potwierdzić swoje kwalifikacje;
- osoby chcące uzyskać kwalifikację storytellingu, by wykorzystać je do podniesienia skuteczności w marketingu, sprzedaży, edukacji;
- absolwenci studiów z zakresu komunikowania (głównie z obszaru dziennikarstwa, ale także reklamy, branding, 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 organizacje chcące 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.)

X Kwalifikacja może być przydatna dla uczniów szkół branżowych lub techników kształcących się w określonych zawodach [Rozporządzenie MEN z dnia 16 maja 2019 r.](#)

W szkole prowadzącej kształcenie zawodowe kształcenie odbywa się w oparciu o podstawy programowe określone w rozporządzeniu MEN z dnia 16 maja 2019 r. w sprawie podstaw programowych kształcenia w zawodach szkolnictwa branżowego oraz dodatkowych umiejętności zawodowych w zakresie wybranych zawodów szkolnictwa branżowego (Dz. U. poz. 991).

Część godzin zajęć może zostać przeznaczona na realizację obowiązkowych zajęć edukacyjnych przygotowujących uczniów do uzyskania kwalifikacji rynkowej funkcjonującej w ZSK, związanej z nauczaniem zawodem (§ 4 ust 5 pkt 2 rozporządzenia Ministra Edukacji Narodowej z dnia 3 kwietnia 2019 r. w sprawie ramowych planów nauczania dla publicznych szkół (Dz. U. poz. 639)).

Należy wskazać zawody (zgodnie z klasyfikacją zawodów szkolnictwa branżowego określoną w załączniku nr 2 do rozporządzenia Ministra Edukacji Narodowej z dnia 15 lutego 2019 r. w sprawie ogólnych celów i zadań kształcenia w zawodach szkolnictwa branżowego oraz klasyfikacji zawodów szkolnictwa branżowego (Dz. U. poz. 316)), w przypadku których zasadne jest przygotowywanie uczniów do uzyskania kwalifikacji rynkowej objętej wnioskiem

Wskazanie zawodów szkolnictwa zawodowego, z którymi związana jest kwalifikacja

Jeżeli w punkcie 7a wskazano przydatność kwalifikacji, to z rozwijanej listy branż i zawodów należy wybrać te zawody, z którymi związana jest wnioskowana kwalifikacja

- Asystent kierownika produkcji filmowej i telewizyjnej 343902; AUD.01. Przygotowanie i organizacja produkcji audiowizualnej
- Sprzedawca 522301; HAN.01. Prowadzenie sprzedaży
- Technik handlowiec 522305; HAN.01. Prowadzenie sprzedaży; HAN.02. Prowadzenie działań handlowych
- Technik organizacji turystyki 422104; HGT.07. Przygotowanie imprez turystycznych
- Technik reklamy 333907; PGF.07. Wykonywanie przekazu reklamowego; PGF.08. Zarządzanie kampanią reklamową

Wymagane kwalifikacje poprzedzające (2000 znaków)

Pole nieobowiązkowe. Kwalifikacje pełne i częściowe, które musi posiadać osoba ubiegająca się o kwalifikację, by przystąpić do procesu weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się wymaganych dla kwalifikacji.

Kwalifikacja pełna z poziomem IV Polskiej Ramy Kwalifikacji

W razie potrzeby warunki, jakie musi spełniać osoba przystępująca do walidacji (2000 znaków)

Pole obowiązkowe (art. 15 ust.1 pkt 2) lit. g). Określenie (w razie potrzeby) warunków, które musi spełniać osoba, aby przystąpić do walidacji i móc uzyskać kwalifikację (np. wymagany poziom wykształcenia).

Podczas określania tych warunków warto mieć na uwadze, że nie są one tożsame z warunkami zatrudnienia (np. ważnymi badaniami lekarskimi). Doświadczenie zawodowe powinno być wskazywane jako warunek jedynie w uzasadnionych przypadkach – kompetencje wynikające z praktyki zawodowej powinny być odzwierciedlone przede wszystkim w efektach uczenia się wymaganych dla kwalifikacji.

Wskazane warunki przystąpienia do walidacji powinny być możliwe do zweryfikowania.

Kwalifikacja pełna z poziomem IV Polskiej Ramy Kwalifikacji

Zapotrzebowanie na kwalifikację (10000 znaków)

Pole obowiązkowe (art. 15 ust.1 pkt 2) lit. i). Wykazanie, że kwalifikacja odpowiada na aktualne oraz przewidywane potrzeby społeczne i gospodarcze (regionalne, krajowe, europejskie).

Możliwe jest odwołanie się do opinii organizacji gospodarczych, trendów na rynku pracy, prognoz dotyczących rozwoju technologii, a także strategii rozwoju kraju lub regionu.

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 pożądaných 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 (3000 znaków)

Pole obowiązkowe (art. 15 ust. 1 pkt 2 lit. k). Wyjaśnienie, czym kwalifikacja różni się od wybranych kwalifikacji o zbliżonym charakterze. Punktem odniesienia powinny być kwalifikacje funkcjonujące w ZSK. Ponadto wskazanie kwalifikacji wpisanych do ZRK, które zawierają co najmniej jeden taki sam zestaw efektów.

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](#)

Należy wybrać z listy „dodatkowe umiejętności zawodowe” (określone w rozporządzeniu MEN z dnia 16 maja 2019 r. w sprawie podstaw programowych kształcenia w zawodach szkolnictwa branżowego oraz dodatkowych umiejętności zawodowych w zakresie wybranych zawodów szkolnictwa branżowego, załącznik Nr 33) zawierające wspólne lub zbliżone zestawy efektów kształcenia z zestawami efektów uczenia się określonymi w kwalifikacji rynkowe

Wskazanie „dodatkowych umiejętności zawodowych” w zakresie wybranych zawodów szkolnictwa branżowego zawierających wspólne lub zbliżone zestawy efektów kształcenia

(Branża – Zawód – Umiejętność)

Jeżeli w punkcie 11a udzielono pozytywnej odpowiedzi, to z rozwijanej listy branż, zawodów i dodatkowych umiejętności zawodowych należy wybrać te umiejętności, które zawierają wspólne lub zbliżone zestawy efektów kształcenia z wnioskowaną kwalifikacją.

Nie dotyczy

Typowe możliwości wykorzystania kwalifikacji (4000 znaków)

Pole obowiązkowe (art. 15 ust. 1 pkt 2) lit. j). Omówienie perspektyw zatrudnienia i dalszego uczenia się, najistotniejszych z punktu widzenia rozwoju osobistego i zawodowego osób zainteresowanych uzyskaniem kwalifikacji.

- Możliwe jest wskazanie przykładowych stanowisk pracy, na które będzie mogła aplikować osoba posiadająca daną kwalifikację.

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, blogger 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 (10000 znaków)

Pole obowiązkowe (art. 15 ust.1 pkt 2) lit. h). Określenie wymagań stanowiących podstawę do przeprowadzania walidacji w różnych instytucjach. Wymagania powinny dotyczyć:

- metod stosowanych w walidacji – służących weryfikacji efektów uczenia się wymaganych dla kwalifikacji, ale także (o ile to potrzebne) identyfikowaniu efektów uczenia się;
- osób projektujących i przeprowadzających walidację;
- sposobu prowadzenia walidacji oraz warunków organizacyjnych i materialnych, niezbędnych do prawidłowego prowadzenia walidacji.

Wymagania dotyczące walidacji mogą być wskazane dla pojedynczych zestawów efektów uczenia się lub dla całej kwalifikacji.

Wymagania mogą być uzupełnione o dodatkowe wskazówki dla instytucji oraz osób projektujących i przeprowadzających walidację, a także dla osób ubiegających się o uzyskanie kwalifikacji.

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) (1000 znaków)

Jeśli ustanowiono w danym sektorze lub branży Sektorową Ramę Kwalifikacji, to wypełnienie tego pola jest obowiązkowe (art. 15 ust. 1 pkt 4). Podaj propozycję odniesienia do poziomu odpowiednich Sektorowych Ram Kwalifikacji, jeśli są one włączone do ZSK.

Nie dotyczy

Syntetyczna charakterystyka efektów uczenia się (2000 znaków)

Pole obowiązkowe (art. 15 ust. 1 pkt 3) oraz art. 9 ust. 1 pkt 1) lit. a). Zwięzła, ogólna charakterystyka wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych poprzez określenie działań, do których podjęcia będzie przygotowana osoba posiadająca daną kwalifikację.

Syntetyczna charakterystyka efektów uczenia się powinna nawiązywać do charakterystyki odpowiedniego poziomu PRK, w szczególności odpowiadać na pytania o przygotowanie osoby posiadającej kwalifikację do samodzielnego działania w warunkach mniej lub bardziej przewidywalnych, wykonywania działania o różnym poziomie złożoności, podejmowania określonych ról w grupie, ponoszenia odpowiedzialności za jakość i skutki działań (własnych lub kierowanego zespołu).

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).

Wyodrębnione zestawy efektów uczenia się

Wykaz zestawów efektów uczenia się wymaganych dla kwalifikacji, zawierający: numer porządkowy (1, 2, ...), nazwy zestawów, orientacyjne odniesienie każdego zestawu do poziomu PRK oraz orientacyjny nakład pracy potrzebny do osiągnięcia efektów uczenia w każdym zestawie.

Nazwa zestawu powinna:

- *nawiązywać do efektów uczenia się wchodzących w skład danego zestawu lub odpowiadać specyfice wchodzących w jego skład efektów uczenia się,*
- *być możliwie krótka,*
- *nie zawierać skrótów,*
- *gdy jest to możliwe, być oparta na rzeczowniku odczasownikowym, np. „gromadzenie”, „przechowywanie”, „szycie”.*

1. Podstawy teoretyczne storytellingu (5 PRK, 60 godz.)
2. Komunikowanie się za pomocą historii (5 PRK, 90 godz.)

Łącznie: 150 godz.

Poszczególne efekty uczenia się w zestawach

Zestaw efektów uczenia się to wyodrębniona część efektów uczenia się wymaganych dla danej kwalifikacji. Poszczególne efekty uczenia się powinny być wzajemnie ze sobą powiązane,

uzupełniające się oraz przedstawione w sposób uporządkowany (np. od prostych do bardziej złożonych).

Poszczególne efekty uczenia się są opisywane za pomocą: umiejętności (tj. zdolności wykonywania zadań i rozwiązywania problemów) oraz kryteriów weryfikacji, które doprecyzowują ich zakres oraz określają niezbędną wiedzę i kompetencje społeczne.

Poszczególne efekty uczenia się powinny być:

- jednoznaczne – niebudzące wątpliwości, pozwalające na zaplanowanie i przeprowadzenie walidacji, których wyniki będą porównywalne, oraz dające możliwość odniesienia do poziomu PRK,
- realne – możliwe do osiągnięcia przez osoby, dla których dana kwalifikacja jest przewidziana,
- możliwe do zweryfikowania podczas walidacji,
- zrozumiałe dla osób potencjalnie zainteresowanych kwalifikacją.

Podczas opisywania poszczególnych efektów uczenia się korzystne jest stosowanie czasowników operacyjnych (np. „rozdziela”, „uzasadnia”, „montuje”).

Zestaw efektów uczenia się:	01. Podstawy teoretyczne storytellingu
Umiejętności	Kryteria weryfikacji
a. omawia przeprowadzanie diagnozy odbiorców	- wyjaśnia cel przeprowadzenia diagnozy; - wymienia obszary diagnozy odbiorcy; - omawia metodę diagnozy odbiorcy (np. profilowanie, segmentacja).
b. charakteryzuje definiowanie celu	- wymienia możliwe cele komunikacji; - omawia metodykę definiowania celów.
c. charakteryzuje metody budowania i opowiadania historii	- 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.

d. charakteryzuj e pojęcie empatii w budowaniu historii	- wyjaśnia pojęcie empatii; - omawia rolę empatii w skutecznej komunikacji.
Zestaw efektów uczenia się:	02. Komunikowanie się za pomocą historii
Umiejętności	Kryteria weryfikacji
a. buduje historię	- 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.
b. prezentuje historię	- 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; - łączy przekaz werbalny i niewerbalny; - trzyma się struktury historii i perspektywy wybranego bohatera; - trzyma się wyznaczonych ram czasowych; - puentuje historię zgodnie z zamierzonym celem.
c. wyciąga wnioski dotyczące podnoszenia skuteczności opowiadanych historii	- obserwuje i interpretuje efekty opowiedzianej historii; - zapisuje wnioski i propozycje autokorekty.
d. wysłuchuje historii innej osoby	- parafrazuje wysłuchaną historię; - przedstawia fakty zawarte w historii; - odzwierciedla emocje osoby opowiadającej historię.
Wnioskodawca	

Pole obowiązkowe (art. 83 ust. 1 pkt 7). Z listy rozwijanej w formularzu w ZRK należy wybrać podmiot wnioskodawcy.

Minister właściwy

Pole obowiązkowe (art. 16 ust. 1). Należy wskazać odpowiedniego ministra, który zdaniem wnioskodawcy jest właściwy do rozpatrzenia wniosku i po włączeniu kwalifikacji do ZSK powinien odpowiadać za kwalifikację.

Minister Rozwoju

Okres ważności dokumentu potwierdzającego nadanie kwalifikacji i warunki przedłużenia jego ważności (2000 znaków)

Pole obowiązkowe (art. 15 ust. 1 pkt 2) lit. b). W przypadku kwalifikacji nadawanej na czas określony wskaż, po jakim czasie konieczne jest odnowienie ważności kwalifikacji oraz określ warunki, jakie muszą być spełnione, aby ważność dokumentu została przedłużona.

Bezterminowo

Nazwa dokumentu potwierdzającego nadanie kwalifikacji

Pole obowiązkowe (art. 15 ust. 1 pkt 2) lit. b). Np. dyplom, świadectwo, certyfikat, zaświadczenie.

Certyfikat

Uprawnienia związane z posiadaniem kwalifikacji (2500 znaków)

Pole obowiązkowe (art. 15 ust. 1 pkt 2) lit. e). Podaj, o jakie uprawnienia może się ubiegać osoba po uzyskaniu kwalifikacji. Jeśli z uzyskaniem kwalifikacji nie wiąże się uzyskanie uprawnień, należy wpisać "Nie dotyczy".

Nie dotyczy

Kod dziedziny kształcenia

Pole obowiązkowe (art. 15 ust. 1 pkt 7). Kod dziedziny kształcenia, o którym mowa w przepisach wydanych na podstawie art. 40 ust. 2 ustawy z dnia 29 czerwca 1995 r. o statystyce publicznej (Dz. U. z 2012 r. poz. 591, z późn. zm.).

340 Zarządzanie i marketing

Kod PKD

Pole obowiązkowe (art. 15 ust. 1 pkt 7). Kod Polskiej Klasyfikacji Działalności (PKD).

85.60.Z Działalność wspomagająca edukację