Zintegrowany Rejestr Kwalifikacji

Kwalifikacja - podgląd

Nazwa kwalifikacji

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

Skrót nazwy

Storytelling

Rodzaj kwalifikacji

kwalifikacja cząstkowa

Poziom PRK/ERK

5

Krótka charakterystyka kwalifikacji, obejmująca informacje o działaniach lub zadaniach, które potrafi wykonywać osoba posiadająca tę 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. Rozumie, że siła historii polega na uruchomieniu w słuchaczach empatii i wyobraźni. 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 nakład pracy potrzebny do uzyskania kwalifikacji [godz.]

150

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 przekonywująca i wiarygodna w swoich relacjach biznesowych i osobistych.

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 4 poziomem Polskiej Ramy Kwalifikacji

Zapotrzebowanie na kwalifikację

Storytelling to komunikowanie się za pomocą tworzenia, opowiadania i wysłuchiwania 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 wysłuchiwania 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 gwarantowałoby 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 cząstkową 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 cząstkowe 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 wysłuchiwania 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.

Streszczenie opinii uzyskanych podczas konsultacji projektu kwalifikacji

Informacje o konsultacjach wniosku ze środowiskami zainteresowanymi Liczba podmiotów, które

wzięły udział w konsultacjach wniosku 5 Liczba głosów aprobujących wniosek 4 Liczba głosów niejednoznacznych 1 Liczba głosów negujących wniosek 0 Informacje o pozyskanych opiniach specjalistów Liczba pozyskanych opinii specjalistów o społeczno-gospodarczej potrzebie włączenia kwalifikacji do ZSK 2 Liczba pozytywnych opinii specjalistów o społeczno-gospodarczej potrzebie włączenia kwalifikacji do ZSK 2 Liczba negatywnych opinii specjalistów o społeczno-gospodarczej potrzebie włączenia kwalifikacji do ZSK 0 Zgodnie z opiniami specjalistów oraz środowiska branżowego kwalifikacja „Komunikowanie się za pomocą tworzenia, opowiadania i wysłuchiwania historii (storytelling)" odpowiada potrzebom rynku pracy. Warto zwrócić uwagę na fakt, że storytelling przeżywa dynamiczny wzrost, jest aktualną kwalifikacją i ma duże perspektywy rozwoju, także w Polsce. Już dzisiaj komunikacja wykorzystująca storytelling znajduje się wśród najszybciej rosnących umiejętności społecznych pożądanych w miejscu pracy. Potwierdzają to liczne badania i raporty (m.in. raport "2020 Workplace Learning Trends UDEMY" oraz Raport Światowego Forum Ekonomicznego "Future of Jobs 2018"). Storytelling odpowiada na przyszłe potrzeby społeczne, ponieważ wzmacnia empatię - komunikacja i empatia są postrzegane jako umiejętności przyszłości, których nie może zastąpić maszyna a które 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. Jednocześnie storytelling jest stosowany w różnych obszarach zarządzania organizacjami, np. w marketingu, zarządzaniu projektami, zarządzaniu zasobami ludzkimi, a nawet w sprawozdawczości przedsiębiorstw. Komunikowanie się za pomocą tworzenia, opowiadania i wysłuchiwania historii (storytelling) służy wielorakim celom gospodarczym np. budowanie relacji z parterami biznesowymi, klientami, a nawet pracownikami. Najważniejsze argumenty przemawiające za włączeniem ww. kwalifikacji do ZSK: 1. Potwierdzona kwalifikacja w zakresie storytellingu zwiększy szanse na uzyskanie lepszej pozycji na rynku pracy, a co za tym idzie na szersze perspektywy rozwoju zawodowego oraz wyższe dochody. 2. Potwierdzona kwalifikacja w zakresie storytellingu może przyczynić się do podniesienia satysfakcji życiowej poprzez zdobywanie nowej wiedzy i umiejętności. 3. Potwierdzona kwalifikacja w zakresie storytellingu umożliwi przebranżowienie się oraz zdobywanie nowych kwalifikacji. 4. Potwierdzona kwalifikacja w zakresie storytellingu wśród zatrudnionych pracowników może być pomocna w awansie zawodowym i wpłynąć na podniesienie standardu życia. 5. Wystandaryzowany zakres kwalifikacji dt. storytellingu umożliwi pracodawcom skrócenie procesów rekrutacyjnych oraz wdrażania do pracy osób, których zakres obowiązków wiąże się z budowaniem marki firm, produktów i usług, sprzedażą, rekrutacją, reklamą czy zarządzaniem. 6. Potwierdzona kwalifikacja w zakresie storytellingu u specjalistów PR, marketingu, HR, handlowców może stać się istotnym elementem przewagi konkurencyjnej na rynku pracy. 7. Kwalifikacja odpowiada na aktualne i prognozowane potrzeby rynku pracy na każdym szczeblu od lokalnego po europejski. 8. Wystandaryzowany zakres kwalifikacji przyczyni się do profesjonalizacji zawodów związanych z komunikowaniem się za pomocą tworzenia, opowiadania i wysłuchiwania historii (storytelling).

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 managemencie, 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. Weryfikacja składa się z dwóch części: teoretycznej oraz praktycznej. W części teoretycznej wykorzystuje się metodę testu teoretycznego. Część ta dotyczy kryteriów weryfikacji o charakterze teoretycznym, określonych we wszystkich zestawach efektów uczenia się. W części praktycznej wykorzystuje się metodę obserwacji w warunkach symulowanych. Walidacja może być poprzedzona analizą studium przypadku i prezentacją w celu potwierdzenia całości lub części efektów uczenia się. 1.2. Zasoby kadrowe W skład komisji walidacyjnej wchodzą minimum 3 osoby posiadające kwalifikację pełną z co najmniej 7 poziomem Polskiej Ramy Kwalifikacji oraz kwalifikację wolnorynkową 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 z poniższych kryteriów: – posiada doświadczenie w prowadzeniu szkoleń ze storytellingu (minimum 500 godzin szkoleniowych), – posiada kwalifikację pełną z co najmniej 7 poziomem Polskiej Ramy Kwalifikacji z psychologii oraz certyfikację z przynajmniej jednego narzędzia psychometrycznego i doświadczenie w jego stosowaniu, – posiada doświadczenie w stosowaniu storytellingu w biznesie, edukacji czy organizacjach non-profit i minimum 5 lat pracy w marketingu lub reklamie lub public relations lub budowaniu marki pracodawcy (ang. employer branding), – przynajmniej jedna osoba posiada doświadczenie w projektowaniu szkoleń lub programów rozwojowych, lub programów nauczania w zakresie storytellingu lub komunikacji marketingowej i interpersonalnej (sporządziła minimum 10 projektów lub 5 programów nauczania). 1.3. Sposób organizacji walidacji oraz 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 weryfikowane są za pomocą metody prezentacji, tj. na podstawie analizy studium przypadku osoba ubiegająca się o uzyskanie kwalifikacji wolnorynkowej „Komunikowanie się za pomocą tworzenia, opowiadania i wysłuchiwania historii (storytelling)” tworzy i prezentuje historię. W trakcie walidacji osoba ubiegająca się o uzyskanie kwalifikacji wolnorynkowej „Komunikowanie się za pomocą tworzenia, opowiadania i wysłuchiwania historii (storytelling)” powinna zaprezentować przynajmniej 3 historie na podstawie 3 różnych analiz studium przypadku. Instytucja prowadząca walidację zapewnia: – przypadki do analizy, – scenariusze do analizy, – pomieszczenie umożliwiające osobom, które przystąpiły do walidacji, samodzielną pracę, – sprzęt do nagrywania głosu i obrazu. Instytucja certyfikująca zapewnia warunki organizacyjne do uczestniczenia w walidacji dla osób z niepełnosprawnościami, przy czym zapewnienie osoby wspierającej, np. tłumacza języka migowego, należy do osoby ubiegającej się o uzyskanie kwalifikacji wolnorynkowej „Komunikowanie się za pomocą tworzenia, opowiadania i wysłuchiwania historii (storytelling)”. 2. Etapy identyfikowania i dokumentowania efektów uczenia się Instytucja certyfikująca zapewnia wsparcie doradcy walidacyjnego, który posiada poniższe kwalifikacje: – pełną z 7 poziomem Polskiej Ramy Kwalifikacji, – wolnorynkową z zakresu storytellingu lub certyfikat licencjonowanej

metody wykorzystywania storytellingu w biznesie.

Odniesienie do poziomu sektorowych ram kwalifikacji (o ile dotyczy)

Nie dotyczy

Data włączenia kwalifikacji do ZSK

2025-06-12

Podstawa prawna

Obwieszczenie Ministra Rozwoju i Technologii z dnia 7 maja 2025 r. w sprawie włączenia kwalifikacji wolnorynkowej „Komunikowanie się za pomocą tworzenia, opowiadania i wysłuchiwania historii (storytelling)" do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji (Dz.U. Monitor Polski z 12 czerwca 2025 r. poz. 591).

Syntetyczna charakterystyka efektów uczenia się

Osoba posiadająca kwalifikację wolnorynkową „Komunikowanie się za pomocą tworzenia, opowiadania i wysłuchiwania historii (storytelling)” jest przygotowana do komunikowania się za pomocą historii, w tym stworzenia i zaprezentowania historii odpowiadającej założonym celom i dostosowanej do odbiorców oraz wysłuchania historii opowiedzianej przez inną osobę. Osoba posiadająca kwalifikację wolnorynkową „Komunikowanie się za pomocą tworzenia, opowiadania i wysłuchiwania historii (storytelling)” posiada wiedzę w zakresie przeprowadzania diagnozy odbiorców, definiowania celu narracji oraz metod budowania i opowiadania historii. Rozumie, że siła opowiadanej historii polega na uruchomieniu w słuchaczach empatii i wyobraźni. Ponadto osoba posiadająca kwalifikację wolnorynkową „Komunikowanie się za pomocą tworzenia, opowiadania i wysłuchiwania historii (storytelling)” jest gotowa do budowania historii, w odpowiedzi na sformułowany cel i scharakteryzowanego odbiorcę, wykorzystując wybraną metodę budowania historii. Prezentuje historię z zaangażowaniem, a także obserwuje reakcję odbiorców i wyciąga z niej wnioski, jak również wysłuchuje historii opowiedzianej przez inną osobę i potrafi ją sparafrazować z uwzględnieniem faktów, emocji i morału danej historii.

Zestawy efektów uczenia się

Numer zestawu w kwalifikacji

1

Nazwa zestawu

Podstawy teoretyczne storytellingu

Poziom

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 odbiorcy

Kryteria weryfikacji

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

Efekt uczenia się

b. charakteryzuje metody definiowania celu

Kryteria weryfikacji

– wymienia możliwe cele komunikacji, – omawia metody definiowania celu.

Efekt uczenia się

c. charakteryzuje metody budowania i opowiadania historii

Kryteria weryfikacji

– wymienia elementy historii, – omawia metodę budowania historii (np. podróż bohatera według J. Campbella, scenorys (ang. storyboard), piramida historii według 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 rolę empatii w budowaniu, opowiadaniu i wysłuchiwaniu historii.

Kryteria weryfikacji

– wyjaśnia pojęcie empatii i jego rolę w budowaniu, opowiadaniu i wysłuchiwaniu historii, – omawia rolę empatii w skutecznej komunikacji.

Numer zestawu w kwalifikacji

2

Nazwa zestawu

Komunikowanie się za pomocą historii

Poziom

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 odbiorcy, – definiuje cel komunikacji, – dobiera typ historii (np. historia produktu, historia założycielska, historia sukcesu, historia porażki) do celu komunikacji, – określa bohatera historii oraz role innych postaci w historii, – przygotowuje gotową do zaprezentowania historię zbudowaną zgodnie z wybraną metodą.

Efekt uczenia się

b. prezentuje historię

Kryteria weryfikacji

– wzbudza i utrzymuje uwagę słuchaczy, – buduje kontakt ze słuchaczami np. przez kontakt wzrokowy, – buduje napięcie w opowiadanej historii, dostosowując tempo mówienia do treści historii, – 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, – przestrzega struktury historii i perspektywy wybranego bohatera, – przestrzega wyznaczonych ram czasowych, – podsumowuje opowiedzianą historię zgodnie z zamierzonym celem

Efekt uczenia się

c. wyciąga wnioski dotyczące skuteczności opowiadanej historii

Kryteria weryfikacji

– obserwuje i interpretuje efekty opowiedzianej historii, – zapisuje wnioski dotyczące skuteczności opowiedzianej historii i propozycje autokorekty.

Efekt uczenia się

d. wysłuchuje i parafrazuje historię opowiedzianą przez inną osobę

Kryteria weryfikacji

– parafrazuje wysłuchaną historię, – przedstawia fakty zawarte w wysłuchanej historii, – odzwierciedla emocje osoby opowiadającej historię.

Informacje o instytucjach uprawnionych do nadawania kwalifikacji

Wnioskodawca

Magdalena Petryniak GRUPA SAPR

Minister właściwy

Minister Rozwoju i Technologii

Okres ważności dokumentu potwierdzającego nadanie kwalifikacji i warunki przedłużenia jego ważności

Bezterminowo

Termin dokonywania przeglądów kwalifikacji (dotyczy kwalifikacji rynkowych)

2035-06-12

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

Kod kwalifikacji w ZRK

5C342500016

Status

Włączona