



Fundusze Europejskie  
dla Rozwoju Społecznego



Rzeczpospolita  
Polska

Dofinansowane przez  
Unię Europejską



Załącznik nr 1.3 do SWZ

**SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA**  
**CZĘŚĆ 3 – USŁUGA PRZEPROWADZENIA SZKOLEŃ DLA PRACOWNIKÓW ADMINISTRACYJNYCH Z**  
**ZAKRESU KOMUNIKACJI DOSTOSOWANEJ DO POTRZEB NOWYCH POKOLEŃ, TWORZENIA TREŚCI**  
**MULTIMEDIALNYCH ORAZ CONTENT MARKETINGU – zamówienie obejmuje cykl 3 szkoleń**

**a) Komunikacja ze studentami nowych pokoleń**

Cel szkolenia	Celem szkolenia jest rozwój kompetencji pracowników w zakresie skutecznej komunikacji ze studentami i kandydatami reprezentującymi nowe pokolenia (Generacja Z i Generacja Alpha). Uczestnicy poznają charakterystykę stylów komunikacyjnych młodych odbiorców, ich oczekiwania wobec uczelni oraz preferowane kanały komunikacji cyfrowej.
Liczba godzin / grupa	12 h / 1 grupa
Liczba uczestników – ogółem w projekcie	4 os. + max. 4 osoby – Biuro Projektu
Forma szkolenia	Stacjonarne
Program (ogólnie)	<ol style="list-style-type: none"> <li>Charakterystyka nowych pokoleń studentów <ul style="list-style-type: none"> <li>cechy pokolenia Z i Alpha</li> <li>sposób konsumpcji informacji</li> <li>oczekiwania wobec instytucji edukacyjnych</li> </ul> </li> <li>Psychologia komunikacji z młodym odbiorcą <ul style="list-style-type: none"> <li>budowanie relacji i zaufania</li> <li>język komunikacji w środowisku akademickim</li> <li>bariery komunikacyjne między pokoleniami</li> </ul> </li> <li>Kanały komunikacji preferowane przez studentów <ul style="list-style-type: none"> <li>media społecznościowe</li> <li>komunikacja mobilna</li> <li>komunikatory internetowe</li> </ul> </li> <li>Tworzenie komunikatów dostosowanych do młodego odbiorcy <ul style="list-style-type: none"> <li>prosty i zrozumiały język komunikacji</li> <li>komunikacja wizualna i skrócone formy przekazu</li> <li>storytelling w komunikacji instytucjonalnej</li> </ul> </li> <li>Komunikacja zwiększająca zaangażowanie studentów <ul style="list-style-type: none"> <li>komunikacja w sytuacjach kryzysowych</li> <li>informowanie o możliwościach wsparcia studentów</li> <li>budowanie pozytywnego doświadczenia studenta</li> </ul> </li> </ol>
Materiały szkoleniowe	PDF, on-line, e-learning (nagranie)
Efekty uczenia się	<b>Wiedza</b>

Od Startu do Dyplomu AWF  
Kompleksowy Program Przeciwdziałania Dropout w Akademii  
Wychowania Fizycznego w Poznaniu





	<p><b>Uczestnik:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>charakteryzuje specyfikę komunikacji z przedstawicielami nowych pokoleń,</li> <li>identyfikuje czynniki wpływające na zaangażowanie studentów,</li> <li>zna nowoczesne kanały komunikacji wykorzystywane przez młodych odbiorców.</li> </ul> <p><b>Umiejętności</b></p> <p><b>Uczestnik:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>potrafi dostosować styl komunikacji do odbiorców z różnych pokoleń,</li> <li>projektuje komunikaty informacyjne dostosowane do studentów,</li> <li>dobiera właściwe kanały komunikacji do przekazywanych treści.</li> </ul> <p><b>Kompetencje społeczne</b></p> <p><b>Uczestnik:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>jest świadomy znaczenia komunikacji w budowaniu relacji ze studentami,</li> <li>wykazuje gotowość do stosowania nowych form komunikacji w pracy administracyjnej,</li> <li>podejmuje działania wspierające zaangażowanie studentów.</li> </ul>
--	--

#### b) Tworzenie treści multimedialnych w komunikacji uczelni

Cel szkolenia	Celem szkolenia jest rozwój kompetencji w zakresie tworzenia atrakcyjnych i angażujących treści multimedialnych wspierających komunikację z kandydatami i studentami. Uczestnicy poznają narzędzia oraz techniki przygotowywania materiałów graficznych, wideo i treści wizualnych dostosowanych do komunikacji cyfrowej uczelni.
Liczba godzin/grupa	12 h / 1 grupa
Liczba uczestników – ogółem w projekcie	4 os. + max. 4 osoby – Biuro Projektu
Forma	Stacjonarna
Program (ogólnie)	<ol style="list-style-type: none"> <li>Rola komunikacji wizualnej i trendy w komunikacji cyfrowej</li> <li>Projektowanie treści multimedialnych <ul style="list-style-type: none"> <li>zasady projektowania graficznego</li> <li>typografia i kolorystyka</li> <li>spójność identyfikacji wizualnej uczelni</li> </ul> </li> <li>Tworzenie grafik do mediów społecznościowych <ul style="list-style-type: none"> <li>projektowanie postów informacyjnych</li> <li>grafiki promocyjne i edukacyjne</li> <li>narzędzia do tworzenia grafik</li> </ul> </li> <li>Tworzenie materiałów wideo <ul style="list-style-type: none"> <li>scenariusz krótkiego materiału wideo</li> <li>nagrywanie i montaż prostych materiałów</li> </ul> </li> </ol>



Fundusze Europejskie  
dla Rozwoju Społecznego



Rzeczpospolita  
Polska

Dofinansowane przez  
Unię Europejską



	<ul style="list-style-type: none"> <li>formaty wideo w komunikacji uczelni</li> </ul> <p>5. Publikacja i dystrybucja treści multimedialnych</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>optymalizacja treści do kanałów online</li> <li>harmonogram publikacji</li> <li>analiza efektywności treści</li> </ul>
Materiały szkoleniowe	PDF, on-line, e-learning (nagranie)
Efekty uczenia się	<p><b>Wiedza</b> Uczestnik:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>zna podstawowe zasady projektowania materiałów multimedialnych,</li> <li>rozumie znaczenie komunikacji wizualnej w promocji uczelni,</li> <li>zna narzędzia do tworzenia materiałów multimedialnych.</li> </ul> <p><b>Umiejętności</b> Uczestnik:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>tworzy materiały graficzne do komunikacji uczelni,</li> <li>przygotowuje materiały wideo,</li> <li>dostosowuje treści wizualne do różnych kanałów komunikacji.</li> </ul> <p><b>Kompetencje społeczne</b> Uczestnik:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>wykazuje kreatywność w przygotowywaniu materiałów informacyjnych,</li> <li>współpracuje przy tworzeniu treści promocyjnych uczelni,</li> <li>dba o spójność komunikacji wizualnej instytucji.</li> </ul>

#### c) Content Marketing w komunikacji uczelni wyższej

Cel szkolenia	Celem szkolenia jest rozwój kompetencji i w zakresie planowania i realizacji działań content marketingowych wspierających rekrutację kandydatów na studia, zaangażowanie studentów oraz przeciwdziałanie zjawisku drop-out. Uczestnicy poznają strategie tworzenia wartościowych treści komunikacyjnych dostosowanych do różnych grup odbiorców oraz kanałów komunikacji, w szczególności mediów społecznościowych. Szkolenie umożliwi także zdobycie wiedzy w zakresie różnic w charakterze komunikacji na platformach takich jak LinkedIn, Facebook czy TikTok oraz sposobów dostosowania treści do specyfiki tych kanałów.
Liczba godzin/grupa	12 h / 1 grupa
Liczba uczestników – ogółem w projekcie/liczba grup	4 os. + max. 4 osoby – Biuro Projektu
Forma	Stacjonarna
Program (ogólnie)	<p>1. Strategie content marketingowe uczelni</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>planowanie strategii treści w komunikacji instytucjonalnej</li> <li>budowanie spójnego wizerunku uczelni</li> <li>storytelling w komunikacji akademickiej</li> </ul>

Od Startu do Dyplomu AWF  
Kompleksowy Program Przeciwdziałania Dropout w Akademii  
Wychowania Fizycznego w Poznaniu





Fundusze Europejskie  
dla Rozwoju Społecznego



Rzeczpospolita  
Polska

Dofinansowane przez  
Unię Europejską



	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Content marketing w procesie rekrutacji studentów <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ tworzenie treści wspierających decyzję o wyborze studiów</li> <li>▪ komunikacja z kandydatami na różnych etapach procesu rekrutacyjnego</li> <li>▪ budowanie wizerunku uczelni przyjaznej studentom</li> </ul> </li> <li>3. Content marketing wspierający studentów <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ komunikacja zwiększająca zaangażowanie studentów</li> <li>▪ promowanie inicjatyw uczelnianych, programów wsparcia, mentoringu i tutoring</li> <li>▪ budowanie społeczności akademickiej i wzmacnianie relacji ze studentami</li> </ul> </li> <li>4. Data-driven marketing w uczelni <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ wykorzystanie danych w planowaniu działań marketingowych</li> <li>▪ analiza efektywności działań komunikacyjnych</li> <li>▪ optymalizacja strategii marketingowych</li> </ul> </li> <li>5. Tworzenie treści do różnych kanałów mediów społecznościowych <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ specyfika komunikacji w mediach społecznościowych wykorzystywanych przez uczelnie</li> <li>▪ różnice w charakterze treści publikowanych na LinkedIn, Facebook, Instagram i TikTok</li> <li>▪ dostosowanie języka komunikacji i formy przekazu do specyfiki platformy i grupy odbiorców</li> <li>▪ przygotowywanie profesjonalnych treści eksperckich na LinkedIn (prezentacja osiągnięć naukowych, współpraca z biznesem, employer branding uczelni).</li> </ul> </li> </ol>
Materiały szkoleniowe	PDF, on-line, e-learning (nagranie)
Efekty uczenia się	<p><b>Wiedza</b> Uczestnik:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ zna podstawowe zasady content marketingu w komunikacji instytucjonalnej uczelni,</li> <li>▪ rozumie rolę treści w budowaniu wizerunku uczelni oraz relacji ze studentami i kandydatami,</li> <li>▪ zna specyfikę komunikacji w różnych kanałach mediów społecznościowych.</li> </ul> <p><b>Umiejętności</b> Uczestnik:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ planuje działania content marketingowe wspierające rekrutację i zaangażowanie studentów,</li> <li>▪ przygotowuje treści komunikacyjne dostosowane do różnych kanałów komunikacji, w tym LinkedIn, Facebook i innych mediów społecznościowych,</li> <li>▪ analizuje efektywność działań marketingowych i dostosowuje strategię komunikacji.</li> </ul>

Od Startu do Dyplomu AWF  
Kompleksowy Program Przeciwdziałania Dropout w Akademii  
Wychowania Fizycznego w Poznaniu





### Kompetencje społeczne

Uczestnik:

- dostrzega znaczenie komunikacji w budowaniu relacji uczelni ze studentami,
- wykazuje gotowość do stosowania nowoczesnych narzędzi marketingu cyfrowego w pracy zawodowej,
- współpracuje przy realizacji działań promocyjnych i komunikacyjnych uczelni.

### Warunki ogólne:

1. Godzina szkoleniowa = 45 minut.
2. W przypadku, w którym Zamawiający uzna za konieczne, szkolenia będą realizowane w trybie hybrydowym, tj. z wykorzystaniem narzędzi wideokonferencyjnych zapewnionych przez Zamawiającego. W szkoleniu, w formie zdalnej, może uczestniczyć jedynie osoba szkolona.
3. Szkolenia mogą się odbywać również w weekendy (po uzgodnieniu z zamawiającym).
4. Liczba godzin szkoleniowych realizowanych w jednym dniu wynosi maksymalnie 10.
5. Realizator zapewnia uczestnikom wyżywienie:
  - a) **Serwis kawowy (ciągły podczas szkolenia):**
    - kawa (z ekspresu lub termosów) – bez limitu (min. 200 ml / osoba / przerwa)
    - herbata (różne rodzaje) – bez limitu (min. 200 ml / osoba / przerwa)
    - kanapki – min. 6 małych kanapek bankietowych / osoba / dzień
    - woda mineralna (gazowana i niegazowana) – min. 0,5 l / osoba / dzień
    - soki owocowe 100% – min. 0,25 l / osoba / dzień
    - mleko do kawy – min. 50 ml / osoba / dzień
    - cukier, cytryna – bez limitu
    - kruche ciastka – min. 100 g / osoba / dzień
    - świeże owoce – min. 150 g / osoba / dzień
  - b) **Lunch (przy szkoleniach trwających powyżej 6 godzin, w wersji bufetowej):**
    - zupa (1 rodzaj) – 250–300 ml / osoba
    - 2 dania ciepłe – min. 120–150 g (po obróbce termicznej) w tym danie wegetariańskie – min. 300 g
    - zestaw surówek/warzyw – min. 150 g
    - dodatki (ziemniaki/ryż/kasza, surówki) – min. 200 g
    - woda – min. 0,3 l / osoba
    - soki – min. 0,2 l / osoba
    - pieczywo
    - deser – min. 120 g / osoba
  - c) **Usługa gastronomiczna realizowana będzie zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa w zakresie bezpieczeństwa żywności i żywienia.**
  - d) **Wykonawca zapewni odpowiednią liczbę naczyń, sztućców oraz serwisu.**
  - e) **Na zgłoszenie Zamawiającego Wykonawca zapewni posiłki dostosowane do szczególnych potrzeb żywieniowych uczestników (np. dieta wegetariańska, wegańska, bezglutenowa, bezlaktozowa).**
  - f) **Godzina serwowania posiłków zostanie dostosowana do harmonogramu szkolenia.**
  - g) **Usługa będzie realizowana w pomieszczeniach Zamawiającego.**



Fundusze Europejskie  
dla Rozwoju Społecznego



Rzeczpospolita  
Polska

Dofinansowane przez  
Unię Europejską



6. Wykonawca zobowiązany jest do przeprowadzenia pre i post testów weryfikujących nabyte kompetencje uczestników/uczestniczek szkoleń.
7. Nabycie kompetencji potwierdzone dokumentem (zaświadczenie/certyfikat) zawierającym wyszczególnione efekty uczenia się odnoszące się do nabytej kompetencji. Każdy uczestnik otrzyma certyfikat lub zaświadczenie, zawierający m.in.:
  - dane identyfikacyjne uczestnika: imię i nazwisko,
  - pełna nazwa projektu, numer projektu i źródło finansowania,
  - informacja: „Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego Plus (FERS)”,
  - tytuł/nazwa szkolenia,
  - zakres tematyczny (może być w formie krótkiego opisu lub odwołania do programu),
  - forma szkolenia (kurs stacjonarny, on-line),
  - wymiar godzinowy (np. „40 godzin dydaktycznych”),
  - termin i miejsce realizacji,
  - potwierdzenie efektów: informacja, że uczestnik nabył kompetencje w określonym zakresie (np. „ukończył szkolenie i nabył kompetencje w obszarze ...”),
  - podpis i dane organizatora,
  - numer certyfikatu (dla możliwości weryfikacji),
  - data wydania,
  - logotypy unijne i logotyp beneficjenta (dostarczone przez zamawiającego).
8. Dokument zostanie wydany po przeprowadzeniu walidacji, która nastąpi po zakończeniu szkolenia.
9. Kompetencje weryfikowane są w 4 etapach:
  - a) ETAP I – Zakres
  - b) ETAP II – Wzorzec
  - c) ETAP III – Ocena
  - d) ETAP IV – Porównanie.
10. Szkolenie realizowane będzie zgodnie z zasadami horyzontalnymi, w tym zasadą równości szans kobiet i mężczyzn oraz zapewniania dostępności osobom z niepełnosprawnościami. Organizator zobowiązuje się do uwzględnienia potrzeb zgłaszanych przez uczestników, w tym np. zapewnienia tłumaczenia na Polski Język Migowy (PJM) czy innych niezbędnych udogodnień. W przypadku zgłoszenia szczególnych potrzeb przez uczestników, wykonawca zapewni ich realizację i pokryje związane z tym koszty.
11. W ramach realizacji zamówienia wykonawca zobowiązany jest do:
  - przeprowadzenia szkoleń,
  - przeprowadzenia konsultacji,
  - przygotowanie programu zajęć (sylabus),
  - weryfikacji obecności (lista uczestników) oraz pobrania kart monitorowania uczestników,
  - przygotowania certyfikatu dla każdego uczestnika szkolenia,
  - przekazania materiałów szkoleniowych w formie elektronicznej,
  - potwierdzenie szkolenia protokołem odbioru.
12. Realizacja szkoleń odbędzie się w pomieszczeniach zamawiającego wyposażonych w rzutnik.
13. Miejsce realizacji: Akademia Wychowania Fizycznego im. Eugeniusza Piaseckiego w Poznaniu, ul. Królowej Jadwigi 27/39, 61-871 Poznań
14. Na wszystkich materiałach służących realizacji zamówienia wykonawca powinien stosować logotypy przekazane przez zamawiającego.

Od Startu do Dyplomu AWF  
Kompleksowy Program Przeciwdziałania Dropout w Akademii  
Wychowania Fizycznego w Poznaniu

