

Podsumowanie konsultacji opisu kwalifikacji “Komunikowanie się za pomocą tworzenia, opowiadania i wysłuchiwania historii (storytelling)”

Przeprowadzonych w ramach zamówienia nr IBE/29/2020

Część 1. Analiza kwalifikacji – tabela szczegółowa

Lp	Wybrane pole wniosku	Zapis budzący wątpliwość wraz z propozycją zmiany (recenzenci)	Uwaga – uzasadnienie (recenzenci)	Odniesienie się do uwag (zespół ekspercki)
1.	Nazwa kwalifikacji	Recenzent 1: wysłuchiwania historii → wsluchiwania się w historię	Wsluchiwanie się w historię (bądź przysłuchiwanie się im) wydaje się trafniej oddawać istotę kompetencji. Nie chodzi o bycie słuchaczem, czy sam odbiór treści. Raczej ważne jest uważne analizowanie treści (nawiązanie do jakościowej metody badawczej) i wykorzystywanie ich potencjału.	Autorzy dziękują za uwagę, jednak proponują by zostawić nazwę bez zmiany. W przekonaniu autorów słowo “komunikowanie się” zawiera w sobie to, o czym pisze recenzent/ka, a samo “wysłuchiwanie” podkreśla zarówno aspekt przedmiotowy (wysłuchanie historii), jak i podmiotowy (wysłuchanie człowieka), co jest istotne dla kwalifikacji.
		Recenzent 2: Zgadzam się z propozycją		
2	Krótką charakterystykę kwalifikacji oraz koszt uzyskania dokumentu	Recenzent 1: wysłuchania historii innej osoby → aktywnego wsluchania się w historię innej osoby	Poza marketingiem, sprzedażą i edukacją storytelling ma także znaczenie w budowaniu relacji pomiędzy przedsiębiorstwem a	Autorzy zgadzają się z uwagą i proponują dodać: “Prezentuje ją w sposób angażujący, a także obserwuje reakcję odbiorców i wyciąga z niej

	potwierdzającego otrzymanie kwalifikacji danej	<p>Prezentuje ją w sposób angażujący, a także obserwuje reakcję odbiorców i wyciąga z niej wnioski, jak również wysłuchuje historii innych osób i potrafi ją sparafrazować z uwzględnieniem faktów i emocji, wyłapując najważniejsze kwestie i nadając im odpowiedni sens.</p> <p>Osoba posiadająca kwalifikację może ją wykorzystywać w pracy m.in. (...)</p> <p>Dodanie:</p> <p>“w zarządzaniu zasobami ludzkimi, np. na stanowiskach employer branding manager, specjalista ds. budowania wizerunku pracodawcy, specjalista HR; Instruktorzy oraz pracownicy operacyjni, dedykowani do szkolenia nowozatrudnionych, Lean manager, manager ds. HR”</p>	<p>pracownikiem. Narracje, anegdoty, historie mogą pomóc w procesach adaptacji pracowników oraz zrozumienia kultury i rzeczywistości organizacyjnej przez nowozatrudnionych i dotychczasowych pracowników. Pomagają też w procesach rekrutacji pracowników. Ponadto w pozostałych punktach odniesienie się do zagadnień HR jest widoczne, stąd warto rozważyć uspołnienie.</p>	<p>wnioski, jak również wysłuchuje historii innych osób i potrafi je sparafrazować z uwzględnieniem faktów, emocji i przesłania historii (morału).”</p> <p>Autorzy zgadzają się z uwagą i proponują uzupełnienie Krótkiej charakterystyki o stosowny zapis.</p>
		<p>Recenzent 2: Proponuję rozszerzyć listę stanowisk ujętych w tej części kwalifikacji i dodać: project manager oraz HR business partner i/lub Talent Acquisition.</p>	<p>Chodzi o zwrócenie uwagi, na fakt wykorzystywania storytellingu podczas pracy z projektami (odpowiednie komunikowanie postępu prac do zespołów jest kluczowe). W przypadku działów personalnych dobrze opowiedziane przykłady „on-boardingu” pracowników wpływają na efektywność procesu.</p>	<p>Autorzy zgadzają się z uwagą i proponują uzupełnienie Krótkiej charakterystyki o stosowny zapis.</p>



3.	Grupy osób, które mogą być zainteresowane uzyskaniem kwalifikacji	<p>Recenzent 1:</p> <p>[1] osoby chcące uzyskać kwalifikacje storytellingu, by wykorzystać je do podniesienia skuteczności w marketingu, sprzedaży, edukacji; → osoby chcące uzyskać kwalifikacje storytellingu, by wykorzystać je do podniesienia skuteczności w edukacji, marketingu, sprzedaży czy innych obszarach zarządzania organizacjami;</p> <p>absolwenci studiów komunikacyjnych → absolwenci studiów z zakresu komunikowania</p>	<p>Pomimo, że są zdefiniowane odrębne grupy osób w zakresie komunikacji wewnątrz przedsiębiorstwa, grupa odbiorców [1] wydaje się być ogólna i nawiązywać wprost do krótkiej charakterystyki kwalifikacji, stąd warto dodać uzupełnienie.</p> <p>Trafniejsze wydaje się określenie absolwentów studiów z zakresu komunikacji czy komunikowania, a nie komunikacyjnych.</p>	<p>Autorzy dziękują za uwagę, jednak uważają ją za niezasadną.</p> <p>Autorzy przychylają się do uwagi i proponują uzupełnić zapis zgodnie z sugestią recenzenta/ki.</p>
		<p>Recenzent 2:</p> <p>Zgadzam się z propozycją</p>		
4.	Wymagane kwalifikacje poprzedzające	<p>Recenzent 1:</p> <p>Zgadzam się z propozycją, nie wnoszę uwag</p>		
		<p>Recenzent 2:</p> <p>Zgadzam się z propozycją</p>		
5.	W razie potrzeby warunki, jakie musi	<p>Recenzent 1:</p> <p>Zgadzam się z propozycją, nie wnoszę uwag</p>		

	spełniać osoba przystępująca do walidacji:	Recenzent 2: Zgadzam się z propozycją		
6.	Zapotrzebowanie na kwalifikację	Recenzent 1: wysłuchiwania historii → wsluchiwanie się w historię	Poza zmianą frazy – jako konsekwencji propozycji zmiany nazwy – argumentacja i uzasadnienie zapotrzebowania na kwalifikację wydaje się odwoływać do najważniejszych kwestii.	Autorzy dziękują za uwagę, jednak proponują by zostawić nazwę bez zmiany. W przekonaniu autorów słowo “komunikowanie się” zawiera w sobie to, o czym pisze recenzent/ka, a samo “wysłuchiwanie” podkreśla zarówno aspekt przedmiotowy (wysłuchanie historii), jak i podmiotowy (wysłuchanie człowieka), co jest istotne dla kwalifikacji.
		Recenzent 2: Zgadzam się z propozycją		
7.	Odniesienie do kwalifikacji o zbliżonym charakterze oraz wskazanie kwalifikacji ujętych w ZRK zawierających wspólne zestawy efektów uczenia się	Recenzent 1: wysłuchiwania historii → wsluchiwanie się w historię	j.w. Dodatkowo potrzebna jest korekta edytorska fragmentu	j.w.
		Recenzent 2: Proponuję dodatkowo wskazać odniesienie do „Zarządzania zmianą” oraz „Komunikacji strategii” i „Komunikacji w zespołach”	We wszystkich tych obszarach storytelling może stanowić istotne uzupełnienie.	Ani w ZRK ani w szkolnictwie wyższym czy branżowym nie występują wskazane przez recenzenta/kę kwalifikacje, więc nie ma możliwości odnieść się do nich w niniejszym polu.
8.	Typowe możliwości wykorzystania kwalifikacji	Recenzent 1: Zgadzam się z propozycją, nie wnoszę uwag		
		Recenzent 2: Do proponowanej listy należałoby dodać w sprzedaży: channel	Zapis porządkujący.	Autorzy zgadzają się z sugestią dodania dodatkowych stanowisk, jednak uważamy, że na

		partners; w marketingu: business development manager, project manager. Nie widzę uzasadnienia dla stanowiska media planner.		stanowisku media planner kwalifikacja również może okazać się przydatna.
9.	Wymagania dotyczące walidacji i podmiotów przeprowadzających walidację	<p>Recenzent 1: Propozycja zmiany punktu 1.2.: W skład komisji walidacyjnej wchodzi minimum trzy osoby posiadające kwalifikację pełną z poziomem co najmniej VII PRK oraz kwalifikację rynkową z zakresu storytellingu lub certyfikat licencjonowanej metody wykorzystywania storytellingu w biznesie lub udokumentowane (co najmniej 5 letnie) doświadczenie w zakresie nauczania storytellingu i zagadnień powiązanych, a także wszyscy członkowie komisji łącznie spełniają poniższe kryteria, przy czym każdy z członków komisji spełnia przynajmniej jedno:</p> <ul style="list-style-type: none"> - przynajmniej jedna osoba posiada doświadczenie w nauczaniu storytellingu i zagadnień powiązanych (minimum 5 lat) bądź prowadzeniu szkoleń ze storytellingu – minimum 500 godzin szkoleniowych; - przynajmniej jedna osoba posiada minimum 5 lat doświadczenia w stosowaniu storytellingu w biznesie, edukacji czy organizacjach non-profit; - przynajmniej jedna osoba 	<p>Propozycja zakłada rozszerzenie kompetencji osób tworzących komisję poprzez dodanie:</p> <ul style="list-style-type: none"> – co najmniej kwalifikacji VII PRK (wcześniej zapis wskazywał na konieczność posiadania tylko takiej) – udokumentowane doświadczenie w zakresie nauczania storytellingu i zagadnień powiązanych (wcześniej jedynie wymóg posiadania kwalifikacji rynkowej z zakresu storytellingu bądź certyfikatu licencjonowanej metody) – wskazanie na konieczność udokumentowania minimum 5 lat doświadczenia stosowania storytellingu w biznesie, edukacji czy organizacjach non-profit – uzupełnienie doświadczenia w projektowaniu nie tylko szkoleń, ale także programów nauczania (w tym przypadku zmniejszenie ich liczby do 5). <p>Usunięcie zapisu o konieczności posiadania wykształcenia z zakresu psychologii.</p>	<p>stanowisku media planner kwalifikacja również może okazać się przydatna.</p> <p>Autorzy zgadzają się z sugestią dodania słów “co najmniej”.</p> <p>Autorzy odrzucają tę uwagę jako nieuzasadnioną, gdyż posiadanie doświadczenia w nauczaniu storytellingu nie jest równoznaczne z posiadaniem kwalifikacji czy certyfikatu.</p> <p>Autorzy zgadzają się z uwagą i proponują, aby uzupełnić zapis: “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”.</p> <p>Autorzy zgadzają się z uwagą i proponują, aby uzupełnić zapis: “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.”</p>

		<p>posiada doświadczenie w projektowaniu szkoleń, programów nauczania i programów rozwojowych w zakresie storytellingu lub komunikacji marketingowej i interpersonalnej – minimum 10 projektów/5 programów nauczania.</p> <p>Uzupełnienie 1.2: 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 układa i prezentuje historię. → 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 układa i prezentuje historię.</p> <p>Uzupełnienie: Etap identyfikowania i dokumentowania:</p> <p>Institucja certyfikująca zapewnia</p>	<p>Proponowane zmiany wynikają z ujętego wcześniej ogólnego profilu kwalifikacji – nie tylko w odniesieniu do marketingu, ale także edukacji, zarządzania zasobami ludzkimi itp. Wynika z tego, że osoby mające doświadczenie w zakresie stosowania storytellingu w innych obszarach niż marketing czy komunikacja marketingowa, a stosujące na co dzień storytelling także mogą wchodzić w skład komisji. Niejasne jest też powiązanie kompetencji członka komisji z koniecznością certyfikacji i stosowania narzędzi psychometrycznych. Storytelling wymaga analizy i zbudowania właściwej, angażującej historii, co łączy się z diagnozowaniem potrzeb i specyfiki osoby, to nie wymaga stosowania certyfikowanych narzędzi psychometrycznych (nie będzie to przedmiotem weryfikacji). Zagadnienia dotyczące segmentacji rynku, komunikacji społecznej, zachowań konsumentów i roli emocji w podejmowaniu decyzji mogą być weryfikowane przez osoby o innym kierunkowym wykształceniu niż psychologia.</p> <p>Uzupełnienie: 1.2 – dodanie</p>	<p>Autorzy dziękują za uwagę, jednak uważają, że osoba mająca doświadczenie w przeprowadzaniu diagnoz (czyli psycholog z uprawnieniami do stosowania narzędzi psychometrycznych) jest istotnym członkiem komisji, której celem jest jednak dokonanie diagnozy kompetencji kandydata szczególnie w obszarze empatii. Taka osoba w komisji wpłynie na wysoką jakość procesu walidacji.</p> <p>Autorzy przyjmują sugestie i proponują uzupełnić zapis o brakujące słowo.</p>
--	--	---	--	---

		<p>wsparcie doradcy walidacyjnego spełniającego poniższe kryteria:</p> <ul style="list-style-type: none"> – kwalifikację pełną z poziomem VII PRK; – kwalifikację rynkową z zakresu storytellingu lub certyfikat licencjonowanej metody wykorzystywania storytellingu w biznesie lub udokumentowane doświadczenie (co najmniej 5 lat) w zakresie nauczania storytellingu i zagadnień powiązanych lub udokumentowane doświadczenie (co najmniej 5 lat) w zakresie w stosowania storytellingu w biznesie, edukacji czy organizacjach non-profit. 	<p>brakującego słowa</p> <p>Uzupełnienie: Etap identyfikowania i dokumentowania</p> <ul style="list-style-type: none"> – zasadne jest aby instytucja certyfikująca oferowała wsparcie doradcy walidacyjnego, jednak poza określoną kwalifikacją pełną osoba taka powinna się charakteryzować doświadczeniem wynikającym ze stosowania storytellingu (niekoniecznie potwierdzonym poprzez uzyskanie kwalifikacji rynkowej ze storytellingu czy certyfikatu), stąd propozycja rozszerzenia. 	<p>Autorzy odrzucają tę uwagę jako nieuzasadnioną, gdyż posiadanie doświadczenia w nauczaniu storytellingu nie jest równoznaczne z posiadaniem kwalifikacji czy certyfikatu.</p>
		<p>Recenzent 2:</p> <p>Zgadzam się z propozycją</p>		
10	<p>Opis efektów uczenia się obejmujący syntetyczną charakterystykę efektów uczenia się, zestawy efektów uczenia się, poszczególne efekty uczenia się w zestawach wraz z kryteriami weryfikacji ich osiągnięcia</p>	<p>Recenzent 1:</p> <p>Syntetyczna charakterystyka efektów uczenia się – dodanie na końcu:</p> <p>wyłapując najważniejsze kwestie i nadając im odpowiedni sens.</p> <p>Zestaw 01. Podstawy teoretyczne storytellingu</p> <p>c. charakteryzuje metody budowania i opowiadania historii - wyjaśnia znaczenie emocji w opowiadaniu historii w kontekście neuronauki; →</p>	<p>Uzupełnienie podkreśla umiejętność identyfikacji, selekcji i interpretowania wysłuchanych faktów i emocji.</p> <p>W przypadku Zestawu 01 – nazwa umiejętność „c” wymaga rozszerzenia, ponieważ część kryteriów nie odnosi się do samej metody (jej istoty) a uwarunkowań jej skuteczności, np. omawianie poznawczych barier komunikacyjnych i sposobów zapobiegania ich wystąpieniu.</p> <p>Ponadto niepotrzebne wydaje</p>	<p>Autorzy zgadzają się z uwagą i proponują dodać:</p> <p>“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).”</p> <p>Autorzy zgadzają się z uwagą, jednak stoją na stanowisku, że czasownik “charakteryzuje” zawiera w sobie również omówienie uwarunkowań skuteczności stosowania danej</p>

<p>Syntetyczna charakterystyka efektów uczenia się</p> <p>Zestawy efektów uczenia się:</p>	<p>c. charakteryzuje metody budowania i opowiadania historii oraz ich uwarunkowania -wyjaśnia znaczenie emocji w opowiadaniu historii</p> <p>Zestaw 0.2 wysłuchuje historii innej osoby → wśluchuje się w historię innej osoby</p>	<p>się zawężenie punktu dotyczącego znaczenia emocji w kontekście neuronauki (w domyślne neuronauki konsumenckiej). Ten obszar nadal się rozwija i wymaga specjalistycznej, szczegółowej wiedzy aby trafnie określić i rozpoznać reakcje mózgu na określone bodźce (np. słowne). Badania z zakresu neuronauki konsumenckiej obecnie pozostawiają więcej znaków zapytania, niż odpowiedzi (szczególnie jeśli chodzi o emocje specyficzne). Reakcje mózgu uzależnione są od wykorzystanego bodźca, wieku, stanu zdrowia osoby itp. Obecny zapis jest niejednoznaczny, nie wyjaśnia na ile specyficzna wiedza z zakresu neuronauki konsumenckiej jest potrzebna kandydatowi, stąd propozycja zmiany. Ważne aby kandydat potrafił wyjaśnić znaczenie emocji w opowiadaniu historii wykorzystując wiedzę z zakresu psychologii, psychologii emocji itp. nie tylko z zakresu neuronauki konsumenckiej.</p>	<p>metody, dlatego nazwa efektu nie wymaga rozszerzenia.</p> <p>Autorzy zgadzają się z sugestią i proponują usunięcie neuronauki z kryterium.</p> <p>Autorzy omówili to zagadnienie powyżej.</p>
	<p>Recenzent 2:</p> <p>Zdanie: „Prezentuje ją w sposób angażujący, a także obserwuje reakcję odbiorców i wyciąga z niej</p>	<p>W opisie efektów uczenia się warto podkreślić jak ważny jest morał w historii. Zwrócenie uwagi na dodatkowe typy historii</p>	<p>Odniesienie do uwagi powyżej.</p>

		<p>wnioski...” proponuję uzupełnić o wskazanie „...wyciąga z niej wnioski i odczytuje morał...”.</p> <p>W części 02. „Komunikowanie się za pomocą historii” w części „a” - „buduje historię” proponuję dodać inne typy historii historia sukcesu klienta; historia porażek – odwaga bycia autentycznym.</p> <p>W części „d” - „wysłuchuje historii innej osoby” proponuję dodać na początku – „ważnie słucha historii”</p>	<p>pokazuje wszechstronność wykorzystywania storytellingu. Uważne słuchanie jest kluczem do kolejnych etapów tj. parafrazowanie, przedstawienie faktów itd. Warto na nie zwrócić szczególną uwagę w tym miejscu.</p>	<p>Autorzy zgadzają się z uwagą i proponują dodać: “historia sukcesu, historia porażki”.</p> <p>W opinii autorów opisane kryteria weryfikacji wyczerpują efekt uczenia się “wysłuchuje historii innej osoby”, a ich spełnienie będzie wystarczającym dowodem, że kandydat uważnie wysłuchał historii.</p>
11	Okres ważności dokumentu potwierdzającego nadanie kwalifikacji i warunki przedłużenia jego ważności	<p>Recenzent 1:</p> <p>Zgadzam się z propozycją, nie wnoszę uwag</p>		
		<p>Recenzent 2:</p> <p>Zgadzam się z propozycją</p>		
12	Nazwa dokumentu potwierdzającego nadanie kwalifikacji	<p>Recenzent 1:</p> <p>Zgadzam się z propozycją, nie wnoszę uwag</p>		
		<p>Recenzent 2:</p> <p>Zgadzam się z propozycją</p>		
		<p>Recenzent 1:</p>		



13	Uprawnienia związane z posiadaniem kwalifikacji	Zgadzam się z propozycją, nie wnoszę uwag		
		Recenzent 2: Zgadzam się z propozycją		
14	Kod dziedziny kształcenia	Recenzent 1: Zgadzam się z propozycją, nie wnoszę uwag		
		Recenzent 2: Zgadzam się z propozycją		
15	Kod PKD	Recenzent 1: Zgadzam się z propozycją, nie wnoszę uwag		
		Recenzent 2: Zgadzam się z propozycją		

Część 2. Ogólne uwagi na temat kwalifikacji

Pytania ogólne	Uwaga – uzasadnienie (recenzenci)	Odniesienie się do uwag (zespół ekspercki)
----------------	-----------------------------------	--



<p>Czy projekt opisu kwalifikacji zawiera informacje wyraźnie pokazujące potrzebę jej włączenia do ZSK?</p>	<p>Recenzent 1: TAK. Storytelling stał się jedną z poszukiwanych na rynku kompetencji wymagających nie tylko wiedzy z zakresu komunikowania społecznego i marketingowego, ale też i specyficznych umiejętności związanych z analizą i budowaniem angażujących narracji czy historii. Odgrywają one istotną rolę w przekazywaniu treści odbiorcom, pozwalając na przebicie się przez szum informacyjny gdy konkurują z innymi przekazami w ramach komunikacji marketingowej; czy budując relację gdy trafiają do odbiorców wewnętrznych organizacji. Okoliczności te powodują, że storytelling znajduje się wśród umiejętności społecznych pożądanym przez pracodawców. Niemniej obecnie rynek edukacyjny (szkoleniowy, kursy podyplomowe czy oferta uczelni wyższych) nie zapewnia możliwości opanowania i potwierdzenia tej kwalifikacji, co potwierdza zasadność włączenia jej do ZSK.</p>	<p>Autorzy dziękują za pozytywną opinię.</p>
	<p>Recenzent 2: TAK. Moim zdaniem projekt opisu kwalifikacji zawiera informacje pokazujące potrzebę jej włączenie do ZSK. W sposób przejrzysty wyjaśnia istotę i charakter samej kwalifikacji; zwraca uwagę na jej aspekt społeczny, wskazuje komunikację i empatię jako umiejętności przyszłości. Poza tym zwraca uwagę na bardzo szerokie zastosowanie i brak holistycznego podejścia do budowy tej kompetencji na rynku pracy.</p>	<p>Autorzy dziękują za pozytywną opinię.</p>
<p>Czy w Pani/Pana odczuciu można spodziewać się dużego zainteresowania otrzymaniem certyfikatu wydanego przez instytucję certyfikującą w ramach</p>	<p>Recenzent 1: TAK. Aktualnie storytelling jest jedną z umiejętności społecznych poszukiwanych przez pracodawców ze względu na jego szerokie zastosowanie w biznesie (m.in. w marketingu, sprzedaży czy zarządzaniu zasobami ludzkimi) i innych dziedzinach życia społecznego (m.in. organizacje non-profit, polityczne itp.). Specyfika</p>	<p>Autorzy dziękują za pozytywną opinię.</p>

<p>Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji?</p>	<p>zachowań młodych osób na rynku pracy wskazuje na ich chęć do poszerzania własnych kompetencji oraz częstej zmiany pracy – co pozwala sądzić, że osoby mające doświadczenia w tym zakresie mogą być potencjalnie zainteresowane potwierdzeniem swoich kompetencji.</p>	
	<p>Recenzent 2: TAK. Odpowiadając na to pytanie zwróciłbym uwagę na dwa elementy:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Zachodzące zmiany na rynku pracy (zmiana pokoleniowa, nowe narzędzia komunikacji, e-technologie, niepewność zatrudnienia, konsolidacja firm). 2. Upowszechniające się znaczenie posiadania tzw. kompetencji miękkich (a nie tylko twardych opartych o bezpośrednie wyniki finansowe) w miejscu pracy (duże korporacje, MŚP, spółki skarbu państwa, uczelnie, szkoły). To, moim zdaniem poważne przesłanki, by sądzić, że certyfikat ze Storytellingu będzie miał coraz większe znaczenie nie tylko w Polsce. 	<p>Autorzy dziękują za pozytywną opinię.</p>
<p>Czy nazwa kwalifikacji, nazwy zestawów, efekty uczenia się i kryteria weryfikacji stanowią spójną całość?</p>	<p>Recenzent 1: TAK. Proponowane – nazwa kwalifikacji, zestawy, efekty uczenia się i kryteria – stanowią koherentne treści, chociaż warto rozważyć kilka uzupełnień. Pierwsze dotyczy użycia słowa „wysłuchanie” (co wskazuje na bierny odbiór treści). „Wsłuchanie się” wydaje się trafniej oddawać aktywną postawę twórców angażujących historii. Opisy efektów uczenia się i kryteria weryfikacji są powiązane. Drobne zmiany doprecyzowujące ujęte zostały w części 1 (tabela szczegółowa).</p>	<p>Autorzy dziękują za pozytywną opinię.</p>

	<p>Recenzent 2: TAK. Nazwa kwalifikacji, zarówno w formie skrótowej jak i opisowej bardzo wiernie oddaje charakter samej kwalifikacji. Efekty uczenia się i kryteria weryfikacji są dobrze opisane i nie powinny budzić wątpliwości. Nazwy zestawów przedstawione są chronologicznie co razem tworzy spójną całość.</p>	Autorzy dziękują za pozytywną opinię.
Czy projekt opisu kwalifikacji zawiera wszystkie efekty uczenia się i kryteria weryfikacji niezbędne do wykonywania czynności wskazanych w kwalifikacji?	<p>Recenzent 1: TAK. Projekt zawiera najważniejsze efekty uczenia się i kryteria weryfikacji pozwalające na wykonywanie czynności wskazanych w kwalifikacji. Zaakcentowano konieczność analizy (diagnoza odbiorcy i celu), budowania i opowiadania historii. Wątpliwości budzą niektóre sformułowania oraz rozszerzenie kryteriów kwalifikacji o wiedzę z zakresu neuronauki jako takiej. Ograniczenie się do zaakcentowania roli samych emocji w budowaniu historii – w domyśle w odniesieniu do wiedzy z zakresu psychologii (w tym neuropsychologii) oraz zachowań konsumentów wydaje się wystarczające.</p>	Autorzy dziękują za pozytywną opinię.
	<p>Recenzent 2: Tak, efekty uczenia się zostały podzielona na dwie części, Część 1 – teoretyczna, umożliwia właściwe przygotowanie się do zbudowania historii (tj. diagnoza, cele komunikacji, metoda budowania historii, znaczenie emocji). Część 2 – praktyczna, pokazuje jak komunikować się za pomocą historii (cel, typ historii, kontakt z odbiorcą, informacja zwrotna).</p>	Autorzy dziękują za pozytywną opinię.
Czy efekty uczenia się w kwalifikacji są spójne ze wskazaną grupą adresatów?	<p>Recenzent 1: TAK. Efekty uczenia się są właściwie dobrane. Uwzględniając potrzeby odmiennych grup adresatów wybrano aspekty czynnościowe gwarantujące</p>	<p>Autorzy dziękują za pozytywną opinię. Jednocześnie, w ramach rzeczony kwalifikacji nie widzą miejsca na dodanie efektu uczenia się w postaci omówienia środków</p>

	<p>potwierdzenie kwalifikacji związanych z budowaniem i opowiadaniem angażujących narracji. Akcent został położony na werbalizację historii. Warto rozważyć dodanie efektu uczenia się w postaci omówienia środków komunikowania historii w przypadku braku bezpośredniego kontaktu z odbiorcą.</p>	<p>komunikowania historii w przypadku braku bezpośredniego kontaktu z odbiorcą. Być może jest to temat do innej kwalifikacji?</p>
	<p>Recenzent 2: W przypadku kwalifikacji jaką jest storytelling mówimy o bardzo szerokiej grupie adresatów, która została wskazana w opisie kwalifikacji. Stąd też same efekty uczenia się mogą mieć zastosowanie uniwersalne. Należy jednak podkreślić, że kluczowe obszary to z pewnością: marketing, sprzedaż, edukacja i komunikacja społeczna.</p>	<p>Autorzy dziękują za pozytywną opinię.</p>
<p>Czy projekt opisu kwalifikacji w opinii recenzenta jest zrozumiały dla osób zainteresowanych uzyskaniem kwalifikacji?</p>	<p>Recenzent 1: TAK. Opis kwalifikacji został przygotowany w sposób jasny i przejrzysty. Słusznie uwzględniono w nim nie tylko marketingowy kontekst stosowania storytellingu, odnosząc się m.in. do szeroko rozumianej komunikacji marketingowej, edukacji czy zarządzaniu zasobami ludzkimi. Jednak zabrakło niektórych kontekstów w skróconym opisie kwalifikacji – nadmiernie akcentującym właśnie marketingowe ukierunkowanie – stąd propozycja uzupełnienia ujęta w części 1.</p>	<p>Autorzy dziękują za pozytywną opinię. Uwaga z części 1 została uwzględniona.</p>
	<p>Recenzent 2: TAK. Moim zdaniem projekt opisu kwalifikacji rynkowej nie powinien budzić wątpliwości. Wpływa na to kilka elementów takich jak: spójność, forma językowa, precyzyjność m.in. opisywanych efektów uczenia się, kryteriów weryfikacji, czy grup adresatów.</p>	<p>Autorzy dziękują za pozytywną opinię.</p>



Czy zaproponowana walidacja jest adekwatna do efektów uczenia się wskazanych w projekcie opisu kwalifikacji?	<p>Recenzent 1: TAK. Walidacja łączy się z wymaganiami wobec kandydatów, procesu oraz wymaganiami wobec podmiotów przeprowadzających ją. O ile sam proces walidacji i zaproponowane metody nie budzą wątpliwości, to warto rozważyć zmiany w wymaganiach wobec podmiotów przeprowadzających walidację. Dyskusyjne są przede wszystkim wymagania wobec zasobów kadrowych – zarówno w odniesieniu do kompetencji komisji walidacyjnej, jak i doradcy walidacyjnego. W obu przypadkach warto rozważyć uzupełnienia sugerowane w części 1. W obecnym brzmieniu kompetencje komisji walidacyjnej wydają się jedynie częściowo spójne z efektami uczenia się (m.in. ograniczenie do doświadczenia zawodowego w obszarze marketingu, konieczność włączenia do komisji psychologa z określonymi kompetencjami niepowiązanych z kwalifikacją).</p>	Autorzy dziękują za opinię. Częściowo uwzględniono sugestie w części 1.
	<p>Recenzent 2: Proponowana walidacja obejmuje zarówno metodę testu teoretycznego służącą do weryfikacji efektów uczenia się w części teoretycznej, a także metodę obserwacji tj. analizę studium przypadku i prezentację podczas której kandydat układa i prezentuje przynajmniej 3 typy historii na podstawie 3 różnych przypadków. Ponadto jasno określa jakie warunki muszą być spełnione do przeprowadzenia walidacji (np. scenariusze do analizy, pomieszczenie umożliwiające samodzielną pracę, sprzęt do nagrywania głosu i obrazu).</p>	Autorzy dziękują za pozytywną opinię.

Inne uwagi recenzentów

Odniesienie się do uwag (zespół ekspercki)



Recenzent 1 Brak	
Recenzent 2 Brak	

Konkluzja recenzji	Odniesienie się do konkluzji (zespół ekspercki)
<p>Recenzent 1:</p> <p>W mojej opinii włączenie analizowanej kwalifikacji do ZSK jest uzasadnione, proponuję jednak zmodyfikować opis kwalifikacji: Przygotowana propozycja kwalifikacji jest spójna i odpowiada na potrzebę rynku. Jednak wymaga kilku korekt we wskazanych obszarach, co poprawi walory opisu kwalifikacji w kierunku większego uniwersalizmu i podkreślenia możliwości stosowania storytellingu nie tylko w marketingu (w którym jest przede wszystkim obecnie wykorzystywany).</p>	<p>Autorzy dziękują za pozytywną opinię.</p>
<p>Recenzent 2:</p> <p>W mojej ocenie włączenie analizowanej kwalifikacji do ZSK jest w pełni uzasadnione. Sam opis kwalifikacji nie wymaga zmian. Warto jednak zwrócić uwagę na drobne sugestie recenzenta zaznaczone w części 1 (tabela szczegółowa) w punktach: 2, 7, 8 i 10.</p>	<p>Autorzy dziękują za pozytywną opinię.</p>

