

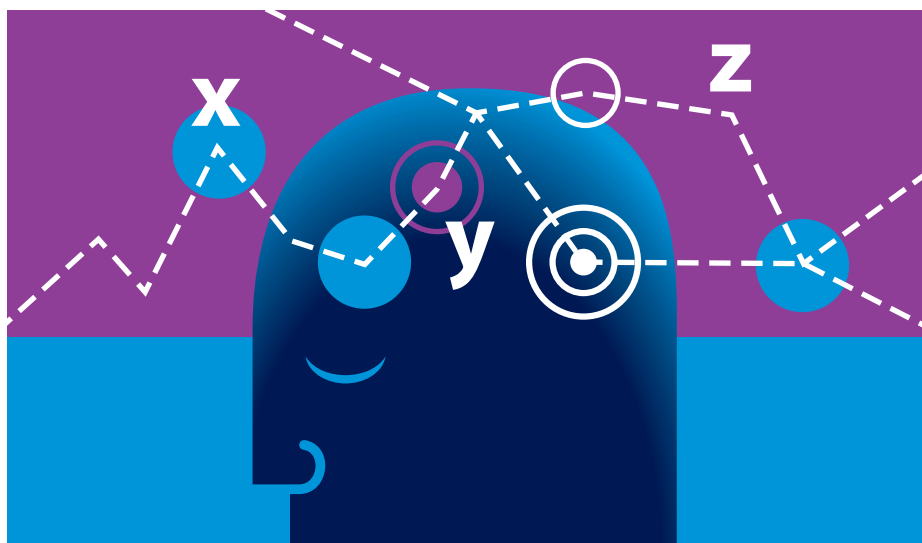


Definicja

Kompetencja związana z myśleniem analitycznym to umiejętność patrzenia na zjawiska, idee oraz rzeczy z różnych perspektyw, w celu ich zrozumienia oraz wnioskowania i prognozowania na tej podstawie o podobnych zjawiskach. Jest ona ściśle związana ze zmysłem obserwacji – dostrzeganiem wielu szczegółów i łączeniem ich w całość, co w konsekwencji wiąże się z rozwiązywaniem problemów bądź podejmowaniem przemyślanych decyzji.

Metody walidacji

- **Obserwacja w warunkach rzeczywistych** – metoda umożliwia weryfikację wszystkich efektów uczenia się w ramach danej kompetencji,
- **Obserwacja w warunkach symulowanych** – zadanie w ramach symulacji pozwala na określenie efektów związanych z oceną zjawisk z różnych perspektyw, rozpatrywanie problemów w przemyślany sposób oraz rozwiązywanie pojawiających się problemów,
- **Prezentacja** – metoda pozwala na weryfikację efektów w zakresie przedstawiania informacji,
- **Wywiad swobodny** – metoda umożliwia weryfikację efektów w zakresie badania zjawisk, idei i rzeczy z różnych perspektyw.



**Efekty uczenia się
(poziom PRK)****Kryterium weryfikacji**

Bada zjawiska,
idee oraz rzeczy
z różnych perspektyw

(poziom PRK 5)

- Wymienia metody i techniki analizy informacji
- Syntetyzuje wiedzę zebraną z źródeł danych
- Opracowuje dane ilościowe (rynkowe, segmentacyjne itp.) i jakościowe (etnograficzne, kulturowe itp.)
- Weryfikuje przy pomocy narzędzi badawczych prawdziwość informacji o rynku, produkcie i konsumencie

Hierarchizuje
dostępne informacje

(poziom PRK 5)

- Określa informacje kluczowe i poboczne
- Dzieli informacje na te związane z marką, konsumentem oraz rynkiem
- Uzasadnia podjęte decyzje

Prezentuje informacje

(poziom PRK 5)

- Wymienia narzędzia i programy do prezentacji danych jakościowych i ilościowych
- Tworzy prezentację danych o marce, rynku, kategorii i konsumencie
- Przedstawia kompletne dane w zakresie analizy rynku, kategorii oraz konsumenta w języku dostosowanym do odbiorcy

Analizuje trendy,
zjawiska
i kluczowe zmiany

(poziom PRK 6)

- Monitoruje trendy dla kategorii i rynku
- Tworzy scenariusze dotyczące zmian i ich implikacje dla marki, kategorii oraz rynku

Rozwiązuje pojawiające
się problemy

(poziom PRK 5)

- Wymienia techniki i metody rozwiązywania problemów
- Tworzy plan rozwiązania pojawiających się problemów
- Dobiera narzędzia do rozwiązania problemów
- Analizuje postępy realizacji rozwiązania problemów w oparciu o dostarczone dane
- Tworzy alternatywne scenariusze działania w przypadku niepowodzenia związanego z realizacją pierwotnego planu



Definicja

Kompetencja orientacji na klienta to umiejętność wysłuchania, analizy i realizacji uświadomionych oraz nieuświadomionych potrzeb klienta w profesjonalny sposób. Wiąże się ona z wysokim zaangażowaniem, uważnym słuchaniem wyrażanych oczekiwań, elastycznością działania i skupieniem na wyborze najlepszej opcji, dopasowaną do jego profilu.

Metody walidacji

- **Obserwacja w warunkach rzeczywistych** – metoda umożliwia weryfikację wszystkich efektów uczenia się w ramach danej kompetencji,
- **Obserwacja w warunkach symulowanych** – zadanie w ramach symulacji pozwala na określenie efektów związanych ze znajomością zasad obsługi klienta, właściwej identyfikacji jego potrzeb oraz budowania relacji z klientem,
- **Prezentacja** – metoda pozwala na weryfikację efektów w zakresie przedstawiania posiadanych umiejętności komunikacyjnych, w tym właściwej prezentacji produktów i usług,
- **Wywiad swobodny** – metoda umożliwia weryfikację efektów w zakresie charakteryzowania zasad obsługi klienta.



**Efekty uczenia się
(poziom PRK)****Kryterium weryfikacji**

Charakteryzuje zasady obsługi klienta

(poziom PRK 4)

- Wymienia techniki i metody obsługi klienta
- Omawia zasady obsługi klienta, obowiązujące w przedsiębiorstwie oraz branży marketingowej
- Wymienia etapy budowania relacji z klientem

Pozyskuje informacje o kliencie

(poziom PRK 5)

- Analizuje informacje o firmie, marce, kategorii i grupie docelowej klienta
- Analizuje prowadzoną przez klienta komunikację w różnych kanałach i mediach społecznościowych

Komunikuje się z klientem

(poziom PRK 5)

- Stosuje zasady przyjaznej komunikacji werbalnej i niewerbalnej
- Określa zasady prezentacji produktów i usług
- Wylicza narzędzia prezentacji informacji w formie cyfrowej

Buduje relacje z klientem

(poziom PRK 6)

- Przestrzega zapisów zawartych w umowie dotyczącej realizacji projektu
- Konsultuje z klientem decyzje merytoryczne
- Przedstawia do oceny i akceptacji wypracowane rezultaty
- Analizuje informację zwrotną od klienta

Przygotowuje rozwiązanie zgodne z oczekiwaniami klienta

(poziom PRK 6)

- Charakteryzuje narzędzia i metody identyfikacji potrzeb klienta
- Identyfikuje preferencje klienta związane z identyfikacją wizualną, strategią działań marketingowych/promocji marki – w zależności od potrzeb klienta
- Tworzy ofertę produktową uwzględniającą wymagania klienta
- Dopasowuje produkt lub usługę do potrzeb i oczekiwań klienta



Definicja

Kompetencja otwartości na zmiany przejawia się w gotowości do akceptacji nowych rzeczy, wartości, idei oraz zasad. Wiąże się z elastycznością i łatwością adaptacji do zmieniających się warunków, a także umiejętnością szybkiej reakcji. Widoczna jest w dążeniu do usprawniania obecnie funkcjonujących procesów oraz systemów w otaczającym człowieka środowisku społecznym, a także wspieraniu innych w przejściu przez proces zmian.

Metody walidacji

- **Obserwacja w warunkach rzeczywistych lub symulowanych** – metoda pozwala na weryfikację wszystkich efektów uczenia się w ramach kompetencji,
- **Debata swobodna** – metoda przydatna w weryfikacji efektu uczenia się w zakresie wpływania na odpowiednią postawę innych osób,
- **Analiza dowodów i deklaracji** – metoda umożliwia sprawdzenie efektów uczenia się w zakresie aktualizacji wiedzy o zmianach zachodzących w branży marketingowej.



**Efekty uczenia się
(poziom PRK)**

Monitoruje zmiany zachodzące w branży marketingowej

(poziom PRK 5)

Kryterium weryfikacji

- Śledzi trendy z obszaru produktu, kategorii i zachowań konsumenckich
- Analizuje ich konsekwencje i implikacje dla realizowanych projektów

Aktualizuje wiedzę o zmianach zachodzących w branży marketingowej

(poziom PRK 5)

- Rozwija swój warsztat zawodowy, m.in. uczestnicząc w różnych formach doskonalenia
- Weryfikuje wiedzę o narzędziach i programach wykorzystywanych w branży marketingowej
- Charakteryzuje trendy i zjawiska zachodzące w branży

Tworzy nowe rozwiązania i możliwości

(poziom PRK 7)

- Projektuje narzędzia badawcze
- Tworzy produkty i usługi
- Doskonali narzędzia obsługi klienta

Dopasowuje zachowanie do zachodzących zmian

(poziom PRK 6)

- Wdraża nowe rozwiązania w zakresie projektowania produktów, procesów i usług do realizowanych projektów
- Adaptuje istniejące narzędzia badawcze do potrzeb klienta
- Dostosowuje plan działań marketingowych do prognozowanych zmian
- Wprowadza rozwiązania w zakresie produktu, procesu lub usługi, odpowiadające na pojawiające się trendy

Wpływa na postawę innych osób

(poziom PRK 6)

- Charakteryzuje metody i narzędzia do promocji zmiany w ramach zespołu
- Zachęca inne osoby do wprowadzenia zmian w zakresie osobistym oraz zespołowym, stosując adekwatne techniki i metody
- Przekazuje informacje zwierzchnikom o konieczności wprowadzenia zmian w sytuacji, gdy sam nie może dokonać procesu ich przeprowadzenia



Definicja

Kompetencja związana z podejmowaniem decyzji przejawia się w umiejętności dokonywania trafnych wyborów w oparciu o istniejące dane i przesłanki o niejednokrotnie złożonym charakterze, z wykorzystaniem własnych zasobów poznawczych oraz w działaniu w określonych ramach czasowych. Kompetencja w zakresie podejmowania decyzji wiąże się takimi procesami jak: rozumowanie, myślenie, rozwiązywanie problemów, wnioskowanie, testowanie hipotez oraz argumentowanie. Polega na jak najbardziej precyzyjnym zdefiniowaniu istniejącego problemu lub wyzwania, rozważeniu możliwych do wyboru opcji, z uwzględnieniem potencjalnych korzyści i zagrożeń, wyborze rozwiązania oraz finalnie kontroli osiągniętych rezultatów.

Metody walidacji

- **Obserwacja w warunkach symulowanych** – metoda umożliwiająca weryfikację wszystkich efektów uczenia się w ramach kompetencji,
- **Wywiad ustrukturyzowany** – umożliwiający weryfikację efektów oceny sytuacji pod kątem decyzji, które mają zostać podjęte oraz badania rozwiązań pod kątem pojawiających się szans i zagrożeń,
- **Prezentacja** – jest metodą umożliwiającą sprawdzenie kompetencji przygotowywania propozycji optymalizacji działań oraz przedstawienia uzasadnienia podjętych decyzji.



**Efekty uczenia się
(poziom PRK)****Kryterium weryfikacji**

Ocenia sytuację
pod kątem decyzji,
które mają zostać podjęte

(poziom PRK 6)

- Charakteryzuje narzędzia i techniki badania sytuacji pod kątem identyfikacji decyzji, które powinny zostać podjęte
- Analizuje posiadane informacje
- Definiuje istniejący problem lub wyzwanie
- Określa decyzje, które powinny zostać podjęte w perspektywie krótko- i długoterminowej

Bada rozwiązania
pod kątem pojawiających
się szans i zagrożeń

(poziom PRK 6)

- Analizuje różne punkty widzenia – z poziomu marki, rynku oraz konsumenta
- Identyfikuje potencjalne szanse i zagrożenia dla realizowanego projektu

Tworzy plan wdrożenia

(poziom PRK 6)

- Tworzy harmonogram działań
- Określa poszczególne fazy realizacji
- Planuje decyzje pierwszo- i drugoplanowe
- Identyfikuje zagrożenia i wskazuje sposoby ich rozwiązania w perspektywie krótko- i długoterminowej

Przygotowuje propozycję
dla optymalizacji działań

(poziom PRK 6)

- Przygotowuje rozwiązania w obszarze marki, produktu, kategorii i konsumenta
- Kalkuluje ryzyko wdrożenia do realizacji podjętych decyzji przy pomocy narzędzi diagnostycznych
- Wskazuje do realizacji działanie z największym potencjałem z punktu widzenia marki, firmy oraz rynku

Przedstawia uzasadnienie
podjętych decyzji

(poziom PRK 6)

- Przedstawia w formie prezentacji cyfrowej przesłanki i konsekwencje podjętych decyzji
- Wskazuje mocne i słabe strony oraz szanse i zagrożenia podjętych decyzji



Definicja

Kompetencja zorientowania na cel polega na umiejętności wyznaczania sobie celów w perspektywie krótko- i długoterminowej, dążeniu do realizowania wyznaczonych założeń, planowaniu działań i strategii prowadzących do ich realizacji, śledzeniu postępów, konstruktywnym podejściu do problemów oraz możliwości przekraczania założonego poziomu wyników. Zorientowanie na cel wspierają takie cechy osobowości, jak: ambicja, konsekwencja w działaniu oraz zaangażowanie.

Metody walidacji

- **Wywiad ustrukturyzowany** – umożliwia weryfikację efektów uczenia się, dotyczących znajdowania wyznaczania celów do realizacji oraz planowania działań i strategii prowadzących do realizacji założonych celów,
- **Prezentacja** – pozwala na sprawdzenie kompetencji przedstawienia raportu dotyczącego osiągniętych rezultatów,
- **Studium przypadku** – umożliwia weryfikację efektów planowania działania i strategii prowadzących do realizacji założonych celów.





Efekty uczenia się (poziom PRK)	Kryterium weryfikacji
Wyznacza cele (poziom PRK 6)	• Analizuje uwarunkowania rynkowe, społeczno-kulturowe i sektorowe • Tworzy listę celów do realizacji • Wyznacza priorytety w kontekście celów określonych do realizacji w perspektywie krótko- i długoterminowej
Planuje działania i strategię prowadzące do realizacji założonych celów (poziom PRK 6)	• Omawia strategię i metody dążenia do celów związanych z obowiązkami zawodowymi/rozwojem zawodowym • Przygotowuje plan działań, uwzględniając zasoby niezbędne do realizacji założonych celów w postaci zasobów ludzkich, kompetencji, środków finansowych, metod, narzędzi itd. • Określa ryzyko związane z potencjalnymi problemami i wyzwaniami • Omawia alternatywne strategie dążenia do określonego celu w przypadku wystąpienia trudności z jego osiągnięciem
Monitoruje założone cele (poziom PRK 6)	• Tworzy harmonogram realizacji celów związanych z obowiązkami zawodowymi/rozwojem zawodowym • Identyfikuje ryzyka zagrażające wykonaniu zamierzonych celów i ich rozwiązania
Przygotowuje raport dotyczący osiągniętych rezultatów (poziom PRK 6)	• Przedstawia, wykorzystując dostępne narzędzia i programy technologiczne, uzasadnienie swoich decyzji • Wskazuje konsekwencje podjętych działań i ich rezultaty w perspektywie krótko- i długoterminowej
Promuje wypracowane rezultaty (poziom PRK 6)	• Tworzy narzędzia promocji informacji w ramach organizacji • Dobiera kanały promocji informacji do konkretnych treści i grup odbiorców • Przekazuje informacje w sposób dostosowany do grup odbiorców



Definicja

Kompetencja związana z kreatywnością przejawia się w zdolności do tworzenia oryginalnych rozwiązań – zamiast zadowalania się pierwszym pojawiającym się pomysłem – oraz patrzenia na rzeczywistość z odmiennej perspektywy, myślenia poza schematami, szukania niestandardowych rozwiązań istniejących problemów i odkrywania jego pobocznych aspektów, z wykorzystaniem do tego celu niezbędnych zasobów.

Metody walidacji

- **Deбата ustrukturyzowana oraz swobodna** – (w tym np. debata oksfordzka) – pozwala na sprawdzenie kryteriów weryfikacji dla wszystkich efektów uczenia się w ramach kompetencji,
- **Obserwacja w warunkach symulowanych** – pozwala na weryfikację wybranych kryteriów w ramach efektów związanych z analizą problemów i zjawisk oraz dostosowaniem produktu/usługi do aktualnych trendów na rynku,
- **Analiza dowodów i deklaracji** – metoda umożliwiająca weryfikację efektów uczenia się w zakresie tworzenia oryginalnych strategii działania.



**Efekty uczenia się
(poziom PRK)****Kryterium weryfikacji**

Analizuje problemy i zjawiska

(poziom PRK 6)

- Ocenia produkt, zjawisko lub pomysł z punktu widzenia przesłanek kategoryalnych, społeczno-kulturowych oraz biznesowych
- Analizuje dane ilościowe i jakościowe dotyczące produktu/usługi oraz procesu marketingowego

Wdraża nowe sposoby działania

(poziom PRK 6)

- Rozwija swój warsztat zawodowy, m.in. uczestnicząc w różnych formach doszkalania
- Wykorzystuje w pracy narzędzia nakierowane na tworzenie unikalnych rozwiązań, takie jak design thinking

Dostosowuje produkt/usługę do aktualnych trendów na rynku

(poziom PRK 6)

- Analizuje trendy biznesowe, kulturowe oraz społeczno-gospodarcze
- Analizuje sposoby działania oraz kierunek rozwoju marki i firmy
- Identyfikuje obszary wymagające zmian w firmie
- Opracowuje scenariusze działania

Tworzy nowe, oryginalne strategie działania

(poziom PRK 7)

- Wdraża narzędzia i metody kreatywnego myślenia, pozwalające na tworzenie nowych prototypów, nowych koncepcji oraz rozwiązań
- Wypracowuje własne innowacyjne rozwiązania, wykraczające poza te dotychczas obowiązujące w organizacji

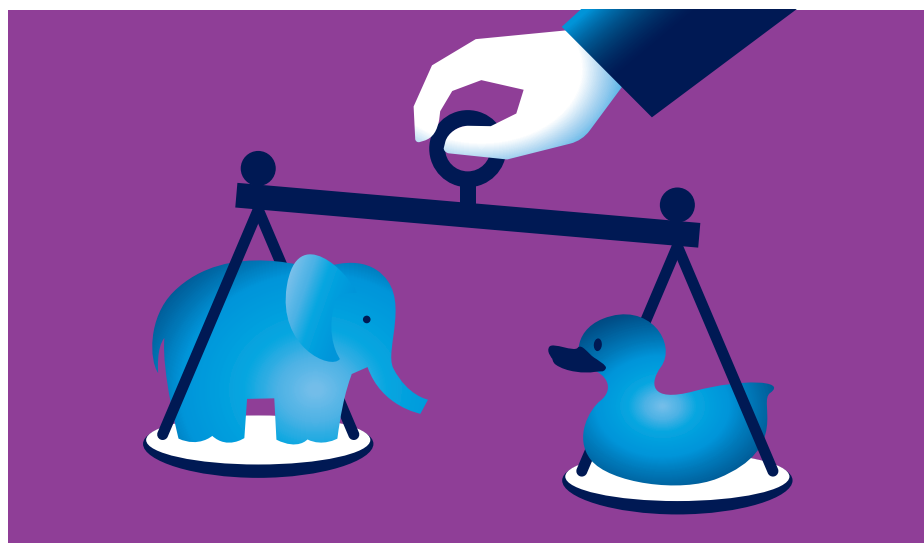


Definicja

Kompetencja ustalania priorytetów polega na wdrażaniu procesu i kolejności realizacji poszczególnych działań z uwagi na nadany im stopień ważności. Wiąże się z umiejętnością podziału zadań na ważne, pilne i niepilne. Daje poczucie kontroli nad zaistniałą sytuacją, pobudza sprawczość i aktywizuje do działania.

Metody walidacji

- **Wywiad ustrukturyzowany** – metoda pozwala na weryfikację ogólnej wiedzy dotyczącej procesu ustalania priorytetów oraz strukturyzacji wiedzy na temat możliwych do podjęcia działań,
- **Prezentacja** – prezentacja sposobu rozwiązania przedstawionego wcześniej problemu, dotyczącego priorytetyzacji zadań do wykonania, umożliwia weryfikację efektu uczenia się, związanego z metodyką ustalania priorytetów oraz oceną dostępnych zasobów,
- **Obserwacja w warunkach symulowanych** – w ramach obserwacji możliwe jest przygotowanie zadania praktycznego, którego wykonanie będzie możliwe jedynie wówczas, gdy kandydat posiada kompetencję w zakresie ustalania priorytetów. Metoda umożliwia weryfikację wszystkich efektów uczenia się, związanych z kompetencją.




**Efekty uczenia się
(poziom PRK)**
Kryterium weryfikacji

Charakteryzuje metodykę ustalania priorytetów

- Objaśnia proces ustalania priorytetów
- Omawia kategorie, takie jak ważność, pilność, ryzyko

(poziom PRK 4)

Ocenia dostępne zasoby

(poziom PRK 5)

- Identyfikuje uwarunkowania wewnętrzne i zewnętrzne, wpływające na możliwość realizacji zaplanowanych działań
- Identyfikuje zasoby niezbędne realizacji celów
- Weryfikuje informacje na temat dostępnych zasobów i uwarunkowań z interesariuszami wewnętrznymi (współpracownicy, przełożeni) oraz zewnętrznymi (klienci)
- Przedstawia informacje na temat dostępnych zasobów i uwarunkowań w uporządkowany, logiczny i klarowny sposób

Konsultuje wiedzę na temat planowanych działań

(poziom PRK 5)

- Zbiera szczegółowe opinie na temat proponowanych działań wśród interesariuszy wewnętrznych i zewnętrznych (w tym na temat ryzyk)
- Weryfikuje informacje na temat działań w wewnętrznych i zewnętrznych źródłach wiedzy
- Przedstawia wnioski w sposób klarowny i ustrukturyzowany

Ustala stopień ważności działań

(poziom PRK 5)

- Przedstawia informacje na temat założeń i metodologii oceny stopnia ważności w odniesieniu do branży
- Określa potrzeby komunikacyjne interesariuszy oraz plan działań komunikacyjnych, dotyczących priorytetów
- Określa stopień ważności poszczególnych działań
- Komunikuje i weryfikuje stopnie ważności działań z interesariuszami wewnętrznymi i zewnętrznymi

Reaguje na zmieniające się okoliczności

(poziom PRK 6)

- Monitoruje informacje na temat potrzeb, zasobów, okoliczności, które mogą wpłynąć na priorytetyzację działań
- Reaguje na okoliczności i proponuje zmianę stopnia ważności działań
- Uzasadnia podjęte decyzje
- Komunikuje i weryfikuje nowe stopnie ważności z interesariuszami wewnętrznymi i zewnętrznymi





Definicja

Kompetencja dotycząca przekonywania innych osób polega na skutecznym i konsekwentnym przedstawianiu swojej własnej argumentacji oraz dążeniu do zmiany stanowiska przez inną osobę, przy zachowaniu zasad kultury i etyki. Istotne jest, by zmiana zdania przez rozmówcę nastąpiła wskutek zrozumienia i przyjęcia argumentacji. Kompetencja ujawnia się wówczas, gdy w sytuacji społecznej dochodzi do dyskusji pomiędzy dwiema osobami posiadającymi różne zdanie/stanowisko na określony temat. Osoba posiadającą kompetencję w zakresie przekonywania innych osób potrafi skutecznie argumentować swoje stanowisko, dostosowuje komunikat do zasad kultury i etyki, wpływa na zmianę decyzji, zachowania lub sposobu postrzegania danego zjawiska przez inną osobę.

Metody walidacji

- **Obserwacja w warunkach symulowanych** – metoda umożliwia weryfikację wszystkich efektów uczenia się, związanych z kompetencją,
- **Debata ustrukturyzowana** – (np. oksfordzka), metoda pozwala na weryfikację wszystkich efektów uczenia się dla kompetencji – oprócz efektu związanego z omówieniem metod wywierania wpływu,
- **Test teoretyczny** – metoda dodatkowa, za pomocą której można potwierdzić efekt uczenia się, związany ze znajomością metod wywierania wpływu.



**Efekty uczenia się
(poziom PRK)****Kryterium weryfikacji**

Wyraża swoją opinię
i uzasadnia ją

(poziom PRK 4)

- Przedstawia fakty o zjawisku lub problemie istotnym dla realizowanego projektu
- Omawia swój punkt widzenia danego zjawiska lub problemu
- Uzasadnia swój punkt widzenia

Analizuje różne
punkty widzenia
problemu

(poziom PRK 5)

- Identyfikuje argumenty przemawiające za przedstawionymi przez inne osoby tezami
- Określa przyczyny zachowania, postaw i argumentacji innych osób

Wspiera proces
decyzyjny innych osób

(poziom PRK 5)

- Wymienia alternatywne opcje rozwiązania problemu
- Omawia wady i zalety proponowanych rozwiązań
- Przedstawia własną opinię i argumenty dotyczące preferowanego rozwiązania problemu

Omawia metody
wywierania wpływu

(poziom PRK 4)

- Omawia wybrane metody i techniki związane z wpływaniem na innych ludzi oraz wpływem społecznym (np. społeczny dowód słuszności, reguła wzajemności, siła autorytetu)
- Omawia wady i zalety wybranych technik wpływu
- Wylicza źródła wiedzy o metodach i technikach wywierania wpływu na ludzi
- Omawia różnicę pomiędzy wywieraniem wpływu a manipulacją

Stosuje w praktyce
metody wywierania
wpływu

(poziom PRK 6)

- Wykorzystuje różne techniki wpływania na innych w trakcie realizacji zadań zawodowych, w zależności od sytuacji
- Podaje przykłady technik przez siebie stosowanych i uzasadnia swój wybór



Definicja

Kompetencja zarządzania zmianą to umiejętność wprowadzania transformacji w ramach organizacji. Wymaga poznania kultury organizacyjnej firmy, ludzi w niej pracujących oraz posiadanych przez nich poglądów i podejścia do wprowadzanych przekształceń. Wiąże się z koniecznością efektywnego zaplanowania całego procesu, podziału na poszczególne etapy oraz znalezienia optymalnego sposobu jej wdrożenia.

Metody walidacji

- **Obserwacja w warunkach rzeczywistych** – metoda pozwala na weryfikację wszystkich efektów uczenia się dla kompetencji. Część z nich może zostać potwierdzona również przy wykorzystaniu obserwacji w warunkach symulowanych,
- **Analiza dowodów i deklaracji** – metoda umożliwia weryfikację efektów uczenia się w zakresie analizy otoczenia zawodowego pod kątem zmiany,
- **Wywiad swobodny** – metoda pozwala na sprawdzenie efektów uczenia się w zakresie promocji zmiany w ramach organizacji, analizy otoczenia zawodowego pod kątem zmiany, tworzenia pozytywnej atmosfery wokół kultury organizacyjnej opartej na zmianie.



**Efekty uczenia się
(poziom PRK)****Kryterium weryfikacji**

Analizuje otoczenie
zawodowe
pod kątem zmiany

- Identyfikuje zmiany zachodzące w ramach firmy
- Ocenia wprowadzane zmiany z punktu widzenia potencjalnych szans i zagrożeń

(poziom PRK 5)

Wykorzystuje zmianę jako
narzędzie gwarantujące
rozwój i postęp w ramach
organizacji

- Omawia sposoby wprowadzania zmiany w codziennej pracy
- Monitoruje proces wprowadzania zmian w kontekście prowadzonych projektów oraz zasad działania zespołu i firmy

(poziom PRK 6)

Tworzy pozytywną
atmosferę wokół kultury
organizacyjnej opartej
na zmianie

- Charakteryzuje metody i narzędzia promocji zmiany w ramach organizacji
- Omawia sposoby motywowania zespołu do wprowadzania zmiany
- Omawia wady i zalety narzędzia do promocji zmian

(poziom PRK 5)

Promuje zmianę
w ramach organizacji

- Omawia narzędzia zarządzania zmianą w ramach organizacji
- Inicjuje zmiany w obszarze własnej działalności, a także procesie działalności firmy
- Komunikuje zmiany w sposób klarowny i transparentny członkom zespołu oraz pozostałym pracownikom organizacji
- Dobiera metody oraz zakres wprowadzanych zmian do istniejącej kultury organizacyjnej
- Wprowadza równolegle zmiany na wielu poziomach działania firmy

(poziom PRK 7)

Prognozuje trendy
na rynku

- Projektuje narzędzie do analizy trendów
- Analizuje otoczenie kulturowe i branżę w kontekście międzynarodowym
- Przygotowuje raport z wnioskami i rekomendacjami na podstawie przeprowadzonych analiz

(poziom PRK 7)



Definicja

Zespół może być definiowany jako pewna liczba osób, które łączy wspólny cel oraz zadania, których wykonanie jest niezbędne do osiągnięcia tego celu. Kompetencja oznacza umiejętność współdziałania i współpracy w zespole, na którą składają się działania oraz zachowania, które pozwalają na osiągnięcie wspólnego celu. Kompetencja pracy w zespole obejmuje m.in. określenie wspólnych celów, wzajemne dzielenie się zadaniami i odpowiedzialnością za ich realizację, wzajemne motywowanie się przez członków zespołu, a także uczenie się od siebie. Praca w zespole wymaga odpowiedniej komunikacji, dostosowania swoich zachowań do roli określonej w ramach zespołu oraz wchodzenia w relacje z innymi ludźmi. Charakteryzuje się złożonością zadań, które nie mogłyby zostać wykonane przez jedną osobę samodzielnie.

Metody walidacji

- **Test teoretyczny** – w formie pisemnej lub ustnej w zakresie efektu zasad współdziałania i współpracy w ramach zespołu,
- **Analiza dowodów i deklaracji** – w tym zwłaszcza certyfikatów, dyplomów i zaświadczeń o ukończeniu odpowiednich kursów i szkoleń jako potwierdzenie wybranych lub wszystkich efektów uczenia się,
- **Obserwacja w warunkach rzeczywistych lub symulowanych** – metoda umożliwia weryfikację efektów dotyczących komunikacji zespołowej, organizacji pracy w ramach zespołu oraz dzielenia się posiadaną wiedzą.



**Efekty uczenia się
(poziom PRK)****Kryterium weryfikacji**

Dzieli się posiadaną wiedzą i promuje ją w ramach zespołu

(poziom PRK 4)

- Przekazuje informacje w sposób rzetelny, ustrukturyzowany oraz terminowy
- Kataloguje informacje w sposób zrozumiały i dostępny dla pozostałych członków zespołu

Charakteryzuje zasady współpracy w zespole

(poziom PRK 4)

- Omawia zasady i narzędzia komunikacji grupowej
- Charakteryzuje dynamikę pracy grupowej

Komunikuje się z innymi członkami zespołu

(poziom PRK 5)

- Komunikuje się w sposób zrozumiały dla innych
- Tworzy kanały przepływu informacji pomiędzy członkami zespołu
- Monitoruje efektywność funkcjonowania zastosowanych kanałów komunikacyjnych

Organizuje pracę w zespole

(poziom PRK 5)

- Rozdziela zadania zgodnie z posiadanymi przez członków zespołu kompetencjami
- Omawia sposoby monitorowania prac zespołu na każdym etapie projektu

Mobilizuje inne osoby do działania na rzecz wyznaczonych celów

(poziom PRK 5)

- Angażuje się we wspólne działanie na rzecz określonego celu
- Swoją postawą i zachowaniem motywuje inne osoby do wzmoczonego wysiłku dla osiągnięcia określonego celu zespołowego