



MONITOR POLSKI

DZIENNIK URZĘDOWY RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Warszawa, dnia 24 czerwca 2020 r.

Poz. 559

**OBWIESZCZENIE
MINISTRA ROZWOJU¹⁾**

z dnia 1 czerwca 2020 r.

**w sprawie włączenia kwalifikacji rynkowej „Planowanie i prowadzenie działań komunikacyjnych
w sytuacjach kryzysu wizerunkowego” do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji**

Na podstawie art. 25 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 22 grudnia 2015 r. o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji (Dz. U. z 2020 r. poz. 226) ogłasza się w załączniku do niniejszego obwieszczenia informacje o włączeniu kwalifikacji rynkowej „Planowanie i prowadzenie działań komunikacyjnych w sytuacjach kryzysu wizerunkowego” do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji.

Minister Rozwoju: *J. Emilewicz*

¹⁾ Minister Rozwoju kieruje działem administracji rządowej – gospodarka, na podstawie § 1 ust. 2 pkt 2 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 18 listopada 2019 r. w sprawie szczegółowego zakresu działania Ministra Rozwoju (Dz. U. poz. 2261).

Załącznik do obwieszczenia Ministra Rozwoju
z dnia 1 czerwca 2020 r. (poz. 559)

**INFORMACJE O WŁĄCZENIU KWALIFIKACJI RYNKOWEJ „PLANOWANIE I PROWADZENIE
DZIAŁAŃ KOMUNIKACYJNYCH W SYTUACJACH KRYZYSU WIZERUNKOWEGO”
DO ZINTEGROWANEGO SYSTEMU KWALIFIKACJI**

1. Nazwa kwalifikacji rynkowej

Planowanie i prowadzenie działań komunikacyjnych w sytuacjach kryzysu wizerunkowego

2. Nazwa dokumentu potwierdzającego nadanie kwalifikacji rynkowej

Certyfikat

3. Okres ważności dokumentu potwierdzającego nadanie kwalifikacji rynkowej

Bezterminowo

4. Poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji przypisany do kwalifikacji rynkowej

6 poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji

5. Efekty uczenia się wymagane dla kwalifikacji rynkowej

Syntetyczna charakterystyka efektów uczenia się

Osoba posiadająca kwalifikację rynkową „Planowanie i prowadzenie działań komunikacyjnych w sytuacjach kryzysu wizerunkowego” jest gotowa do samodzielnego podejmowania działań związanych z planowaniem, prowadzeniem i monitorowaniem działań komunikacyjnych w sytuacjach kryzysu wizerunkowego, zwanego dalej „kryzysem”. Analizuje organizację pod kątem możliwości wystąpienia kryzysu oraz opracowuje podręcznik na wypadek sytuacji kryzysowych. Posługując się wiedzą na temat rodzajów i symptomów kryzysu, przeprowadza diagnozę sytuacji kryzysowej oraz dobiera i wdraża działania komunikacyjne skierowane zarówno na zewnątrz, jak i do wewnątrz organizacji. Prowadzi efektywną współpracę z mediami w warunkach kryzysu. Sporządza raport dotyczący reputacji organizacji po zaistniałej sytuacji kryzysowej oraz planuje działania naprawcze po kryzysie mające na celu poprawę wizerunku organizacji.

Zestaw 1. Zapobieganie sytuacjom kryzysowym w kontekście reputacji przedsiębiorstwa

| Poszczególne efekty uczenia się | Kryteria weryfikacji ich osiągnięcia |
|---|---|
| <p>Analizuje organizację pod kątem możliwości wystąpienia kryzysu</p> | <ul style="list-style-type: none"> – identyfikuje zagrożenia zewnętrzne sprzyjające wystąpieniu kryzysu (np. zjawiska atmosferyczne), – identyfikuje zagrożenia wewnętrzne sprzyjające wystąpieniu kryzysu (np. konflikty pracownicze), – identyfikuje interesariuszy, w tym grupy nacisku, – identyfikuje grupy docelowe w otoczeniu zewnętrznym i wewnętrznym organizacji, – identyfikuje decydentów w otoczeniu organizacji, – wskazuje ekspertów i autorytety, które mogą wspierać organizację w komunikacji kryzysowej, – wskazuje narzędzia monitorowania obecności organizacji w mediach, w tym w mediach społecznościowych, – identyfikuje środki i kanały komunikacji wewnętrznej w organizacji. |

| | |
|--|--|
| Opracowuje podręcznik działań antykrzysowych | <ul style="list-style-type: none"> – omawia elementy procedury zarządzania problemem, – omawia elementy procedury zarządzania kryzysem, – charakteryzuje zasady komunikacji organizacji w sytuacji nieszczęśliwego wypadku ze skutkiem śmiertelnym lub ciężkim uszczerbkiem na zdrowiu, – wskazuje działy, zespoły oraz specjalistów w organizacji, od których pozyskuje informacje na temat potencjalnych sytuacji kryzysowych, – określa skład sztabu antykrzysowego, – charakteryzuje role poszczególnych członków sztabu antykrzysowego, w tym rzecznika prasowego, – wymienia narzędzia komunikacji kryzysowej, – sporządza oświadczenie na wypadek sytuacji kryzysowej, – przygotowuje przykładowy scenariusz sytuacji kryzysowej, – przygotowuje zlecenie badań reputacyjnych organizacji dla firmy badawczej, – sporządza plan warsztatów antykrzysowych dla pracowników organizacji. |
| Posługuje się wiedzą na temat sytuacji kryzysu w organizacjach | <ul style="list-style-type: none"> – wskazuje różnice między kryzysem a problemem, – omawia pojęcie kryzysu w organizacji, – charakteryzuje fazy kryzysu, – wymienia rodzaje i źródła kryzysów, – omawia możliwe skutki kryzysu dla organizacji (biznesowe, wizerunkowe), – wymienia strategie wychodzenia z kryzysu. |

Zestaw 2. Prowadzenie działań komunikacyjnych w sytuacji kryzysowej

| Poszczególne efekty uczenia się | Kryteria weryfikacji ich osiągnięcia |
|---|--|
| Przeprowadza analizę genezy kryzysu i planuje działania komunikacyjne w sytuacji kryzysowej | <ul style="list-style-type: none"> – identyfikuje symptomy kryzysu, – wskazuje strony konfliktu, – sporządza harmonogram działań komunikacyjnych w sytuacji kryzysowej oraz określa priorytety dla poszczególnych działań. |
| Realizuje działania z zakresu komunikacji wewnętrznej w warunkach kryzysu | <ul style="list-style-type: none"> – dobiera kanały oraz narzędzia komunikacji do wewnętrznych grup w konkretnej sytuacji kryzysowej, – identyfikuje liderów komunikacji wewnętrznej, – sporządza plan szkolenia dla liderów komunikacji wewnętrznej, – określa kluczowe treści, które powinny być zawarte w komunikatach osób zarządzających skierowanych do pracowników, – omawia zasady udzielania wypowiedzi dotyczących sytuacji kryzysowej przez pracowników organizacji, – wskazuje przepisy prawa dotyczące obowiązku zachowania poufności, – wymienia elementy instrukcji dla pracowników w celu prowadzenia komunikacji kryzysowej z klientem i kontrahentem. |
| Realizuje działania z zakresu komunikacji zewnętrznej w warunkach kryzysu | <ul style="list-style-type: none"> – omawia zasady współpracy z mediami w warunkach kryzysu, – określa kluczowe rodzaje mediów do współpracy w warunkach kryzysu, – omawia przepisy prawa prasowego, w szczególności prawo do sprostowania, prawo do autoryzacji wypowiedzi, – omawia przepisy dotyczące ochrony wizerunku, w szczególności prawo do ochrony dóbr osobistych, – przygotowuje i wygłasza oświadczenie reaktywne skierowane do mediów (holding statement), – sporządza plan konferencji prasowej lub briefingu prasowego oraz określa prelegentów, – podaje przykłady technik odpowiadania na trudne pytania dziennikarzy, – omawia znaczenie mediów społecznościowych w komunikowaniu kryzysowym, |

| | |
|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> – przygotowuje wpis związany z kryzysem do mediów społecznościowych dostosowany do specyfiki danej platformy internetowej, – dobiera kanały oraz narzędzia komunikacji do zewnętrznych grup w konkretnej sytuacji kryzysowej, – określa kluczowe treści, które powinny być zawarte w komunikatach skierowanych do klientów lub kontrahentów. |
|--|--|

| Zestaw 3. Wdrażanie działań naprawczych po kryzysie | |
|--|---|
| Poszczególne efekty uczenia się | Kryteria weryfikacji ich osiągnięcia |
| Opracowuje raport z sytuacji kryzysowej | <ul style="list-style-type: none"> – wymienia elementy raportu z sytuacji kryzysowej, – formułuje kluczowe dla zarządzania kryzysem wnioski do podsumowania raportu, – wskazuje ewentualne błędy sztabu kryzysowego w komunikowaniu się w sytuacji kryzysu, – określa obszary do poprawy w komunikowaniu kryzysowym, – wskazuje procedury do modyfikacji w celu usprawnienia procesu komunikowania w trakcie kryzysu, – opracowuje streszczenie sytuacji kryzysowej na potrzeby przygotowania zlecenia do przeprowadzenia badań reputacyjnych po kryzysie przez firmę zewnętrzną. |
| Planuje kampanię naprawczą | <ul style="list-style-type: none"> – określa cele kampanii według kryteriów jej skonkretyzowania, mierzalności, osiągalności, realności i terminowości (SMART – Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time-bound), – określa grupy docelowe kampanii, – dobiera działania i narzędzia komunikacyjne do celów i grup docelowych, – przygotowuje harmonogram kampanii, – opracowuje budżet kampanii, – określa wskaźniki efektywności zaplanowanych działań. |

6. Wymagania dotyczące walidacji i podmiotów przeprowadzających walidację

| |
|---|
| <p>Metody</p> <p>W weryfikacji efektów uczenia się stosuje się następujące metody: test teoretyczny, obserwacja w warunkach symulowanych (case study), analiza dowodów i deklaracji (próbek pracy), wywiad ustrukturyzowany (rozmowa z komisją walidacyjną).</p> <p>Weryfikacja składa się z części: teoretycznej i praktycznej.</p> <p>W części teoretycznej wykorzystuje się metodę testu teoretycznego.</p> <p>W części praktycznej wykorzystuje się wybrane metody spośród następujących: obserwację w warunkach symulowanych (case study), analizę dowodów i deklaracji (próbek pracy) oraz wywiad ustrukturyzowany (rozmowa z komisją walidacyjną).</p> <p>Zasoby kadrowe</p> <p>W procesie weryfikacji biorą udział:</p> <ul style="list-style-type: none"> – w przypadku gdy test teoretyczny jest przeprowadzany w systemie elektronicznym – operator systemu egzaminacyjnego, który organizuje zaplecze techniczne do przeprowadzenia weryfikacji i nadzoruje przebieg testu teoretycznego, – w przypadku gdy test teoretyczny jest przeprowadzany poza systemem elektronicznym – osoba zapewniająca nadzór nad prawidłowym przebiegiem tej części walidacji, – komisja walidacyjna – składająca się z 2 członków, która przeprowadza część praktyczną walidacji. <p>Osoba będąca członkiem komisji walidacyjnej może być jednocześnie operatorem systemu egzaminacyjnego i osobą nadzorującą przebieg testu teoretycznego prowadzonego poza systemem elektronicznym. Operator systemu egzaminacyjnego musi posiadać:</p> <ul style="list-style-type: none"> – wykształcenie minimum średnie, – znajomość obsługi komputera w zakresie uruchamiania oraz podstawowej obsługi systemu egzaminacyjnego i zainstalowanych aplikacji, – umiejętność rozwiązywania problemów w sytuacji trudności z nawiązaniem lub zanikiem połączenia internetowego lub obsługą przeglądarki w zakresie kompatybilności z platformą egzaminacyjną. |
|---|

Weryfikację efektów uczenia się w części praktycznej prowadzi komisja walidacyjna. Każdy z członków komisji walidacyjnej musi posiadać:

- kwalifikację pełną z poziomem 7 Polskiej Ramy Kwalifikacji,
- udokumentowane minimum 5 lat doświadczenia w pracy w public relations na samodzielnym stanowisku, w tym w projektowaniu i realizowaniu działań z zakresu komunikowania kryzysowego.

Do zadań członków komisji walidacyjnej należy m.in.:

- stosowanie kryteriów weryfikacji przypisanych do efektów uczenia się dla kwalifikacji rynkowej „Planowanie i prowadzenie działań komunikacyjnych w sytuacjach kryzysu wizerunkowego” oraz kryteriów oceny formalnej i merytorycznej dowodów na posiadanie efektów uczenia się właściwych dla tej kwalifikacji rynkowej,
- stosowanie zasad prowadzenia weryfikacji, a także różnych metod weryfikacji efektów uczenia się, zgodnie z celami walidacji i zasadami Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji.

Sposób organizacji walidacji oraz warunki organizacyjne i materialne

Instytucja certyfikująca, o której mowa w art. 2 pkt 6 ustawy z dnia 22 grudnia 2015 r. o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji (Dz. U. z 2020 r. poz. 226), zwana dalej „instytucją certyfikującą”, musi stosować rozwiązania zapewniające rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji. W szczególności istotne jest zapewnienie bezstronności osób przeprowadzających walidację m.in. poprzez rozdział osobowy mający na celu zapobieganie konfliktowi interesów osób przeprowadzających walidację. Osoby te nie mogą weryfikować efektów uczenia się osób, które były przez nie przygotowywane do uzyskania kwalifikacji rynkowej „Planowanie i prowadzenie działań komunikacyjnych w sytuacjach kryzysu wizerunkowego”.

Instytucja certyfikująca musi zapewnić:

- w przypadku gdy test teoretyczny jest przeprowadzany w systemie elektronicznym – stanowisko komputerowe dla kandydata ubiegającego się o nadanie kwalifikacji rynkowej (jedno stanowisko dla jednego kandydata), wyposażone w przeglądarkę internetową z dostępem do Internetu) do realizacji części teoretycznej walidacji,
- w przypadku gdy test teoretyczny jest przeprowadzany poza systemem elektronicznym – arkusz testu teoretycznego oraz miejsce pozwalające na jego samodzielne wypełnienie,
- stół, krzesła, kamerę lub aparat z funkcją nagrywania wideo, zestaw case study, niezbędne do weryfikacji efektów uczenia się wskazanych dla kwalifikacji rynkowej,
- komputer z edytorem tekstu oraz arkuszem kalkulacyjnym,
- bezstronną i niezależną procedurę odwoławczą, w ramach której osoby uczestniczące w procesie walidacji i certyfikacji mają możliwość odwołania się od decyzji dotyczących spełnienia wymogów formalnych, przebiegu walidacji samych egzaminów, a także decyzji kończącej walidację.

W przypadku negatywnego wyniku walidacji instytucja certyfikująca jest obowiązana przedstawić uzasadnienie decyzji.

Etapy identyfikowania i dokumentowania

Instytucja certyfikująca zapewnia wsparcie doradcy walidacyjnego na etapie identyfikowania i na etapie dokumentowania posiadanych efektów uczenia się.

Doradca walidacyjny:

- stosuje metody i narzędzia pomocne przy identyfikowaniu i dokumentowaniu wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych, które zostały osiągnięte,
- zna kryteria weryfikacji dowodów na osiągnięcie efektów uczenia się,
- zna wymagane efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ustalone dla kwalifikacji rynkowej „Planowanie i prowadzenie działań komunikacyjnych w sytuacjach kryzysu wizerunkowego”,
- zna metody i narzędzia stosowane w celu zweryfikowania wymaganych efektów uczenia się dla kwalifikacji rynkowej „Planowanie i prowadzenie działań komunikacyjnych w sytuacjach kryzysu wizerunkowego”.

7. Warunki, jakie musi spełniać osoba przystępująca do walidacji

Kwalifikacja pełna z poziomem 6 Polskiej Ramy Kwalifikacji

8. Termin dokonywania przeglądu kwalifikacji

Nie rzadziej niż raz na 10 lat