

### Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia dla części nr 3

#### Szkolenia z zakresu obsługi biura dla nauczycieli

Przedmiotem zamówienia jest usługa szkoleniowa obejmująca zorganizowanie i przeprowadzenie szkoleń biurowych dla nauczycieli, w tym:

#### **I. Prowadzenie obsługi biura:**

1. Celem kursu jest nabycie wiedzy teoretycznej i umiejętności praktycznych do samodzielnego planowania i realizowania zadań administracyjnych i logistycznych związanych z funkcjonowaniem biura.
2. Uczestnikiem kursu będzie 4 nauczycieli (2 nauczycieli ZSZ w Ząbkowicach Śląskich i 2 nauczycieli ZSP w Ziębicach).
3. Realizacja kursu odbędzie się w terminie: od zawarcia umowy do 30 kwietnia 2022 r.
4. Czas trwania kursu: 40 godzin dydaktycznych (45 minutowych).
5. Przyjmuje się, że zajęcia zostaną przeprowadzone w dni robocze (poniedziałek - piątek).
6. W trakcie zajęć Wykonawca powinien zaplanować regularne przerwy w ilości nie mniejszej niż 15 minut na 3 godziny dydaktyczne, a w przypadku zajęć trwających dłużej niż 6 godzin dydaktycznych jedna przerwa trwająca min. 30 min.
7. Kurs będzie przeprowadzony w formie stacjonarnej w godz. 8.00 – 16.00 w jednej ze szkół której kurs dotyczy, po wcześniejszym uzgodnieniu terminu realizacji kursu z dyrektorem szkoły lub Zamawiającym.
8. Dni prowadzenia zajęć lub wszelkie odstępstwa od wskazanego czasu prowadzenia kursu będą wymagać uzgodnienia z dyrektorami ww. szkół lub Zamawiającym.
9. Nie przewiduje się prowadzenia zajęć drogą elektroniczną, metodą e-learningu itp. Jednak w sytuacji braku możliwości realizacji szkolenia stacjonarnego, dopuszcza się powyższe rozwiązanie, po uzgodnieniu z Zamawiającym.
10. Wykonawca zobowiązany jest do przygotowania programu kursu i przedłożenia go przed zawarciem umowy (brak przedłożenia programu uniemożliwi zawarcie umowy o udzielenie zamówienia publicznego z winy Wykonawcy).
11. Program musi zawierać minimum:
  - a) tytuł kursu,
  - b) liczbę godzin,
  - c) informację o wykładowcy,
  - d) harmonogram (zawierający m.in. miejsce, daty i godziny) realizacji kursu,
  - e) cele kursu,
  - f) tematykę zajęć wraz z liczbą godzin kursu z danego tematu.
12. Program szkolenia powinien uwzględniać co najmniej następujące zagadnienia:
  - a) Obieg dokumentów:
    - rodzaje dokumentów występujących w organizacji,
    - źródła zasad obiegu dokumentów.
  - b) Obsługa maszyn i sprzętów biurowych:
    - podstawowe funkcje urządzeń (bindownica, niszczarka, dziurkacz, laminarka, zszywacz, rozszywacz, faks),
    - wymiana materiałów eksploatacyjnych w urządzeniach biurowych,
    - użycie sprzętów biurowych,
    - naprawa sprzętów biurowych z perspektywy użytkownika.

- c) Korespondencja tradycyjna:
- rodzaje korespondencji,
  - ewidencjonowania przesyłek przychodzących i wychodzących,
  - zasady dystrybucji korespondencji wynikające z instrukcji kancelaryjnej obowiązującej w danej organizacji,
  - przygotowanie przesyłki do nadania wraz z wymianą informacji umożliwiającą jej nadanie.
- d) Redakcja tekstów:
- przygotowanie treści dokumentów biurowych na podstawie wytycznych,
  - rodzaje wypowiedzi pisemnych wykorzystywanych w pracy biurowej,
  - dostosowanie stylu, układu i formy tekstu do odbiorców i celu.
- e) Otoczenie formalno-prawne organizacji:
- pojęcia misji organizacji, struktury i kultury organizacyjnej,
  - główni interesariusze organizacji, w tym klienci wewnętrzni i zewnętrzni, kontrahenci, instytucje otoczenia biznesu oraz omówienie ich znaczenie dla organizacji,
  - charakteryzowanie formy prawnej przedsiębiorstw i instytucji oraz ich głównych organów,
  - zasady pozyskiwania informacji i dokumentów w instytucjach zewnętrznych,
  - druki wymagane przez instytucje publiczne do wydania zaświadczeń,
  - bazy danych instytucji publicznych,
  - zasady ochrony danych osobowych w pracy biurowej, w szczególności ochrona dokumentów i plików zawierających dane osobowe, RODO, itp.
- f) Zasady doboru typu ubioru służbowego do okoliczności:
- typy ubioru służbowego, w tym business formal, business casual, smart casual,
  - zasady dotyczące odpowiedniego dopasowania ubioru do okazji,
  - typ ubioru stosownie do okoliczności.
- g) Rozmowa bezpośrednia z interesantem:
- rodzaje komunikacji (w tym formalna, nieformalna, werbalna, niewerbalna),
  - zasady savoir-vivre'u, w tym zasady tytulatury, pierwszeństwa, stosowania zwrotów grzecznościowych,
  - znaczenie komunikacji werbalnej i niewerbalnej,
  - techniki aktywnego słuchania,
  - rozmowy z interesantem z zastosowaniem zasady savoir-vivre'u, zgodnie z zasadami komunikacji.
- h) Rozmowa telefoniczna:
- oficjalne formy powitania i pożegnania podczas rozmowy telefonicznej,
  - techniki aktywnego słuchania podczas rozmowy telefonicznej,
  - uzyskanie informacji o rozmówcach i celu rozmowy,
  - udzielanie informacji zgodnie z kompetencjami i zakresem obowiązków lub przekazywanie rozmowy do odpowiednich osób/działów według ich kompetencji.
- i) Arkusze kalkulacyjne:
- programy służące do projektowania i wykonywania obliczeń,
  - nowy arkusz,
  - format danych liczbowych,
  - wprowadzanie formuł (w tym suma, średnia, zliczanie)
  - sortowanie i filtrowanie danych,
  - tworzenie wykresów,

- zapisywanie dokumentu w różnych formatach i jego wydruk.
  - j) Edytor tekstu:
    - programy do edycji tekstu,
    - nowy dokument i wprowadzanie tekstu,
    - wstawianie i formatowanie obiektów,
    - edycja tekstu,
    - korespondencja seryjna,
    - zapisywanie dokumentu w różnych formatach i jego wydruk.
  - k) Poczta elektroniczna:
    - programy służące do obsługi poczty elektronicznej,
    - rodzaje adresatów korespondencji elektronicznej (w tym adresaci „do wiadomości” i „do ukrytej wiadomości”),
    - nowy e-mail,
    - wprowadzanie i formatowanie tekstu,
    - dodawanie załączników,
    - wysyłka poczty elektronicznej (w tym ustawianie potwierdzenia odbioru, priorytet oraz kategorii wiadomości),
    - wskazanie odbiorców lub działu w organizacji, do których należy skierować określoną korespondencję elektroniczną,
    - przekazywanie korespondencji elektronicznej do odpowiednich osób/działów według ich kompetencji,
    - kalendarz spotkań, w tym wysyłanie zaproszeń na spotkanie i odpowiadanie na zaproszenia.
  - l) Przeglądarki i wyszukiwarki internetowe:
    - przeglądarki służące do pozyskiwania informacji z Internetu,
    - funkcje przeglądarek internetowych,
    - wyszukiwanie informacji, stosując metody wyszukiwania informacji w Internecie,
    - tworzenie baz danych, pozyskując i selekcjonując informacje z Internetu,
    - czyszczenie historii wyszukiwania przeglądarki internetowej.
  - m) Prezentacje multimedialne:
    - programy służące do tworzenia prezentacji multimedialnych,
    - nowa prezentacja według wytycznych,
    - wprowadzanie i formatowanie tekstu,
    - wstawianie i formatowanie obiektu (w tym obraz, tabela, wykres),
    - dobór szablonu do celu prezentacji,
    - zapis dokumentu w różnych formatach i druk gotowej prezentacji.
13. Program szkolenia musi być zgodny z obwieszczeniem Ministra Spraw Wewnętrznych i Administracji z dnia 2 lipca 2019 r. w sprawie włączenia kwalifikacji rynkowej „Prowadzenie obsługi biura” do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji (M.P. z 2019 r. poz. 687), (dalej: „obwieszczenie”). W obszarach tematycznych kursów i formach kształcenia, programy nauczania powinny być tworzone zgodnie z obowiązującymi podstawami programowymi lub standardami kształcenia określonymi przez odpowiednie przepisy prawa w tym zakresie. Zamawiający zastrzega sobie prawo do wnoszenia uwag i poprawek do zaproponowanego programu kursu zawodowego, a Wykonawca zobowiązany jest do ich uwzględnienia.

14. Wykonawca zapewni każdemu uczestnikowi materiały szkoleniowe w postaci podręcznika/podręczników szczegółowo omawiającego zakresu tematyki kursu/szkolenia (po zakończeniu kursu/szkolenia materiały przechodzą na własność uczestników),
15. Wykonawca poprowadzi kurs zgodnie z programem. Zmiany programu wymagają pisemnej akceptacji Zamawiającego lub dyrektorów szkół.
16. Trener jest zobowiązany: stosować kryteria weryfikacji przypisane do efektów uczenia się dla opisywanej kwalifikacji oraz kryteria oceny formalnej i merytorycznej dowodów na posiadanie efektów uczenia się właściwych dla opisywanej kwalifikacji oraz stosować zasady prowadzenia weryfikacji, a także różne metody weryfikacji efektów uczenia się, zgodnie z celami walidacji i zasadami Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji.
17. Kurs kończy się procesem certyfikacji ZRK - Wykonawca obowiązany jest uwzględnić w cenie kursu koszty organizacji egzaminu i certyfikacji nabytych kwalifikacji zgodnie z zasadami i wymaganiami określonymi przez ustawę z 22 grudnia 2015 r. o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji (Dz. U. z 2020 r. poz. 226) oraz obwieszczeniem (jednokrotnie dla każdego uczestnika kursu).

## **II. Planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych:**

1. Celem kursu jest przygotowanie do samodzielnego podejmowania działań związanych z planowaniem, tworzeniem i rozpowszechnianiem treści marketingowych.
2. Uczestnikiem kursu będzie 2 nauczycieli ZSP w Ziębicach.
3. Realizacja kursu odbędzie się w terminie: od zawarcia umowy do 31 maja 2022 r.
4. Czas trwania kursu: 80 godzin dydaktycznych (45 minutowych).
5. Przyjmuje się, że zajęcia zostaną przeprowadzone w dni robocze (poniedziałek - piątek).
6. W trakcie zajęć Wykonawca powinien zaplanować regularne przerwy w ilości nie mniejszej niż 15 minut na 3 godziny dydaktyczne, a w przypadku zajęć trwających dłużej niż 6 godzin dydaktycznych jedna przerwa trwająca min. 30 min.
7. Kurs będzie przeprowadzony w formie stacjonarnej w godz. 8.00 – 16.00 w jednej ze szkół której kurs dotyczy, po wcześniejszym uzgodnieniu terminu realizacji kursu z dyrektorem szkoły lub Zamawiającym.
8. Dni prowadzenia zajęć lub wszelkie odstępstwa od wskazanego czasu prowadzenia kursu będą wymagać uzgodnienia z dyrektorami ww. szkół lub Zamawiającym.
9. Nie przewiduje się prowadzenia zajęć drogą elektroniczną, metodą e-learningu itp. Jednak w sytuacji braku możliwości realizacji szkolenia stacjonarnego, dopuszcza się powyższe rozwiązanie, po uzgodnieniu z Zamawiającym.
10. Wykonawca zobowiązany jest do przygotowania programu kursu i przedłożenia go przed zawarciem umowy (brak przedłożenia programu uniemożliwi zawarcie umowy o udzielenie zamówienia publicznego z winy Wykonawcy).
11. Program musi zawierać minimum:
  - a) tytuł kursu,
  - b) liczbę godzin,
  - c) informację o wykładowcy,
  - d) harmonogram (zawierający m.in. miejsce, daty i godziny) realizacji kursu,
  - e) cele kursu,
  - f) tematykę zajęć wraz z liczbą godzin kursu z danego tematu.
12. Program szkolenia powinien uwzględniać co najmniej następujące zagadnienia:
  - a) Analiza strategii marketingowej przedsiębiorstwa.

- b) Działania marketingowe służące przygotowaniu treści marketingowych.
  - c) Narzędzia marketingowe stosowane w przedsiębiorstwie.
  - d) Analiza działań marketingowych podejmowanych w przedsiębiorstwach o zbliżonym profilu działalności.
  - e) Prezentacja strategii marketingowej przedsiębiorstwa.
  - f) Harmonogram działań.
  - g) Działania związane z opracowaniem i dystrybucją treści marketingowych.
  - h) Charakterystyka potrzeb klienta na podstawie przeprowadzonego wywiadu.
  - i) Kanały dystrybucji treści marketingowych.
  - j) Identyfikacja docelowej grupy odbiorców treści marketingowych.
  - k) Dobór kanału dystrybucji do grupy odbiorców oraz rodzaju treści marketingowych.
  - l) Tematy do tworzenia treści marketingowych.
  - m) Zasady tworzenia treści marketingowych w zależności od kanału dystrybucji i grupy docelowej.
  - n) Przepisy prawa autorskiego w zakresie korzystania z utworu.
  - o) Planowanie wykorzystania innych zasobów do realizacji contentu.
  - p) Cele działań w zakresie treści marketingowych i wskaźniki ich realizacji.
  - q) Harmonogram i budżet opracowania i dystrybucji treści marketingowych.
  - r) Sporządzanie planu działania związanego z treściami marketingowymi.
  - s) Redakcja tekstu dostosowana do kanału dystrybucji.
  - t) Sporządzanie tekstu odpowiedniego do kanału dystrybucji na podstawie tekstu źródłowego.
  - u) Rodzaje i gatunki tekstów tworzonych dla wybranych kanałów dystrybucji.
  - v) Opracowywanie materiałów graficznych.
  - w) Rodzaje materiałów graficznych.
  - x) Formaty plików graficznych.
  - y) Opracowywanie materiałów audiowizualnych.
  - z) Rodzaje materiałów audiowizualnych.
  - aa) Publikowanie treści marketingowych.
  - bb) Tworzenie stron internetowych – html 5 i css 3.
  - cc) Systemy zarządzania treścią.
  - dd) Systemy sprzedażowe.
  - ee) Marketing automation, czyli automatyzacja marketingu.
  - ff) Monitorowanie efektów wdrożenia treści marketingowych.
  - gg) Programy do monitorowania ruchu w internecie.
  - hh) Publikowane treści a wskaźniki zaangażowania.
  - ii) Optymalizacja treści marketingowych.
13. Program szkolenia musi być zgodny z obwieszczeniem Ministra Przedsiębiorczości i Technologii z dnia 23 października 2018 r. w sprawie włączenia kwalifikacji rynkowej „Planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych (content marketing)” do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji (M. P. z 2018 r., poz. 1090) (dalej: „obwieszczenie”). W obszarach tematycznych kursów i formach kształcenia, programy nauczania powinny być tworzone zgodnie z obowiązującymi podstawami programowymi lub standardami kształcenia określonymi przez odpowiednie przepisy prawa w tym zakresie. Zamawiający zastrzega sobie prawo do wnoszenia uwag i poprawek do zaproponowanego programu kursu zawodowego, a Wykonawca zobowiązany jest do ich uwzględnienia.

14. Wykonawca zapewni każdemu uczestnikowi materiały szkoleniowe w postaci podręcznika/podręczników szczegółowo omawiającego zakresu tematyki kursu/szkolenia (po zakończeniu kursu/szkolenia materiały przechodzą na własność uczestników),
15. Wykonawca poprowadzi kurs zgodnie z programem. Zmiany programu wymagają pisemnej akceptacji Zamawiającego lub dyrektorów szkół.
16. Trener jest zobowiązany: stosować kryteria weryfikacji przypisane do efektów uczenia się dla opisywanej kwalifikacji oraz kryteria oceny formalnej i merytorycznej dowodów na posiadanie efektów uczenia się właściwych dla opisywanej kwalifikacji oraz stosować zasady prowadzenia weryfikacji, a także różne metody weryfikacji efektów uczenia się, zgodnie z celami walidacji i zasadami Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji.
17. Kurs kończy się procesem certyfikacji ZRK - Wykonawca obowiązany jest uwzględnić w cenie kursu koszty organizacji egzaminu i certyfikacji nabytych kwalifikacji zgodnie z zasadami i wymaganiami określonymi przez ustawę z 22 grudnia 2015 r. o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji (Dz. U. z 2020 r. poz. 226) oraz obwieszczeniem (jednokrotnie dla każdego uczestnika kursu).

### III. Prowadzenie sprzedaży i obsługi telefonicznej klienta

1. Celem kursu jest nabycie umiejętności i praktyki profesjonalnej obsługi klienta przez telefon, w tym: stosowania podstawowych zasad komunikacji interpersonalnej w trakcie rozmowy telefonicznej z klientem, budowania w rozmowie atmosfery i klimatu sprzyjających komfortowi klienta, diagnozowania potrzeb klienta, oferowania produktów i usług oraz prowadzenia procesu ich sprzedaży, a także przeprowadzania ankiet telefonicznych, obsługiwanie systemów ewidencji klientów i rejestracji zdarzeń, wprowadzania i modyfikacji danych w systemach obsługi telefonicznej klienta.
2. Uczestnikiem kursu będzie 1 nauczyciel ZSZ w Ząbkowicach Śląskich.
3. Realizacja kursu odbędzie się w terminie: od zawarcia umowy do 30 kwietnia 2022 r.
4. Czas trwania kursu: 70 godzin dydaktycznych (45 minutowych).
5. Przyjmuje się, że zajęcia zostaną przeprowadzone w dni robocze (poniedziałek - piątek).
6. W trakcie zajęć Wykonawca powinien zaplanować regularne przerwy w ilości nie mniejszej niż 15 minut na 3 godziny dydaktyczne, a w przypadku zajęć trwających dłużej niż 6 godzin dydaktycznych jedna przerwa trwająca min. 30 min.
7. Kurs będzie przeprowadzony w formie stacjonarnej w godz. 8.00 – 16.00 w jednej ze szkół której kurs dotyczy, po wcześniejszym uzgodnieniu terminu realizacji kursu z dyrektorem szkoły lub Zamawiającym.
8. Dni prowadzenia zajęć lub wszelkie odstępstwa od wskazanego czasu prowadzenia kursu będą wymagać uzgodnienia z dyrektorami ww. szkół lub Zamawiającym.
9. Nie przewiduje się prowadzenia zajęć drogą elektroniczną, metodą e-learningu itp. Jednak w sytuacji braku możliwości realizacji szkolenia stacjonarnego, dopuszcza się powyższe rozwiązanie, po uzgodnieniu z Zamawiającym.
10. Wykonawca zobowiązany jest do przygotowania programu kursu i przedłożenia go przed zawarciem umowy (brak przedłożenia programu uniemożliwi zawarcie umowy o udzielenie zamówienia publicznego z winy Wykonawcy).
11. Program musi zawierać minimum:
  - a) tytuł kursu,
  - b) liczbę godzin,
  - a) informację o wykładowcy,
  - b) harmonogram (zawierający m.in. miejsce, daty i godziny) realizacji kursu,



- c) cele kursu,
  - d) tematykę zajęć wraz z liczbą godzin kursu z danego tematu.
12. Program szkolenia powinien uwzględniać co najmniej następujące zagadnienia:
- a) Posługiwanie się wiedzą z zakresu telefonicznej obsługi klienta
    - charakterystyka narzędzia pracy w telefonicznej obsłudze klienta,
    - omówienie specyfiki kontaktu telefonicznego z klientem.
  - b) Posługiwanie się zasadami efektywnej komunikacji z klientem przez telefon
    - sposoby pracy głosem w rozmowie (dobór i zastosowanie),
    - identyfikacja typu klienta i dobór sposobów komunikacji z danym typem klienta,
    - komunikacja zgodna z zasadami poprawności językowej,
    - zasady obsługi trudnego klienta w rozmowie telefonicznej,
    - stosowanie metody aktywnego słuchania w rozmowie telefonicznej,
    - stosowanie zasady asertywności w telefonicznej rozmowie z klientem.
  - c) Prowadzenie rozmowy telefonicznej z klientem
    - dobór i prezentacja rozwiązań adekwatnych do sytuacji klienta,
    - identyfikacja problemów i oczekiwań klienta,
    - rejestrowanie przebiegu rozmowy i dyspozycji klienta,
    - stosowanie schematów postępowania w rozmowie telefonicznej.
  - d) Prowadzenie sprzedaży w rozmowie telefonicznej
    - finalizacja sprzedaży w rozmowie telefonicznej,
    - identyfikacja potrzeb zakupowych klienta w rozmowie telefonicznej,
    - inicjowanie sprzedaży w rozmowie telefonicznej,
    - właściwa reakcja na obiekcje klienta w sprzedażowej rozmowie telefonicznej.
13. Wykonawca zapewni każdemu uczestnikowi materiały szkoleniowe w postaci podręcznika/podręczników szczegółowo omawiającego zakres tematyki kursu/szkolenia (po zakończeniu kursu/szkolenia materiały przechodzą na własność uczestników),
14. Wykonawca zapewni na potrzeby realizacji szkolenia materiały szkoleniowe (tzw. „zużywalne”) w rodzaju i ilości niezbędnej do prawidłowego zrealizowania wymaganego programu szkolenia.
15. Wykonawca poprowadzi kurs zgodnie z programem. Zmiany programu wymagają pisemnej akceptacji Zamawiającego lub dyrektorów szkół.
16. Trener jest zobowiązany: stosować kryteria weryfikacji przypisane do efektów uczenia się dla opisywanej kwalifikacji oraz kryteria oceny formalnej i merytorycznej dowodów na posiadanie efektów uczenia się właściwych dla opisywanej kwalifikacji oraz stosować zasady prowadzenia weryfikacji, a także różne metody weryfikacji efektów uczenia się, zgodnie z celami walidacji i zasadami Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji.
17. Kurs kończy się procesem certyfikacji - Wykonawca obowiązany jest uwzględnić w cenie kursu koszty organizacji zewnętrznego egzaminu i certyfikacji nabytych kwalifikacji (jednokrotnie dla każdego uczestnika kursu) prowadzącego do uzyskania certyfikatu potwierdzającego nabycie kwalifikacji.
18. Walidacja i certyfikacja powinna spełniać wymagania wskazane w tzw. „Liście sprawdzającej do weryfikacji czy dany certyfikat/dokument można uznać za kwalifikację na potrzeby mierzenia wskaźników monitorowania EFS dot. uzyskiwania kwalifikacji” oraz aktualnych „Wytycznych w zakresie monitorowania postępu rzeczowego programów operacyjnych na lata 2014-2020.” Wykonawca zobowiązany jest zapewnić rozdzielną procedurę szkolenia oraz walidacji i certyfikacji. Wykonawca wskaże nazwę oferowanego certyfikatu / nazwę instytucji certyfikującej oraz oświadczy, że oferowany egzamin / certyfikat spełnia ww. wymagania „Listy sprawdzającej (...)”

Inne postanowienia dotyczące realizacji przedmiotu zamówienia:

1. Zamawiający określa minimalny wskaźnik tzw. „zdawalności” dla kursów/szkoleń wymienionych w pkt. I, II i III na poziomie **80 %**.
2. Jako wskaźnik „zdawalności” należy rozumieć odsetek osób, które uzyskały pozytywny wynik na egzaminie zewnętrznym w stosunku do osób, które wzięły udział w kursie i przystąpiły do egzaminu.
3. W sytuacji, w której nie zostanie osiągnięty minimalny wskaźnik „zdawalności” – Wykonawca w ramach wynagrodzenia ofertowego przeprowadzi dodatkowe egzaminy (tzw. „poprawkowe”) dla osób, które nie uzyskały pozytywnego rezultatu na egzaminie zewnętrznym, aby zapewnić osiągnięcie minimalnego wskaźnika „zdawalności” co najmniej na poziomie 80%.