



Edu Production
Paweł Szkudlarek



Marka osobista w edukacji: profesjonalny wizerunek i komunikacja dla pracowników placówek opiekuńczo-wychowawczych

Numer usługi 2025/03/18/11906/2631561

📍 Goleniów / stacjonarna

📄 Usługa szkoleniowa

🕒 16 h

📅 12.04.2025 do 13.04.2025

2 700,00 PLN brutto

2 700,00 PLN netto

168,75 PLN brutto/h

168,75 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Sposób dofinansowania	wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Usługa szkoleniowa „Marka osobista w edukacji: profesjonalny wizerunek i komunikacja” zostało zaprojektowane z myślą o pracownikach placówek opiekuńczo-wychowawczych. Skierowane jest zarówno do kadry zarządzającej, jak i do osób bezpośrednio zaangażowanych w codzienną opiekę i wychowanie
Minimalna liczba uczestników	5
Maksymalna liczba uczestników	20
Data zakończenia rekrutacji	11-04-2025
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	16
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Certyfikat VCC Akademia Edukacyjna

Cel

Cel edukacyjny

Usługa szkoleniowa rozwija kompetencje pracowników placówek opiekuńczo-wychowawczych w zakresie budowania profesjonalnego wizerunku i marki osobistej zarówno w mediach społecznościowych, jak i w codziennej pracy. Uczestnicy zdobędą umiejętność prowadzenia skutecznej, wartościowej i etycznej komunikacji z rodzicami oraz

społecznością placówki, a także opanują techniki tworzenia i wdrażania spójnych strategii komunikacyjnych, co przyczynia się do wzmocnienia pozytywnego odbioru placówki.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Wiedza: Uczestnik identyfikuje kluczowe zasady budowania marki osobistej i ich zastosowanie w social media oraz codziennej pracy.</p>	<p>Uczestnik wskazuje poprawne zasady budowania marki osobistej w kontekście placówki opiekuńczo-wychowawczej.</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
<p>Wiedza: Uczestnik rozumie znaczenie spójnej komunikacji w social media i codziennej pracy dla budowania zaufania i pozytywnego wizerunku placówki</p> <p>Wiedza: Uczestnik zna przepisy dotyczące ochrony danych osobowych i zasady etycznego publikowania treści, w szczególności w odniesieniu do wizerunku dzieci.</p>	<p>Uczestnik rozpoznaje poprawne strategie komunikacji w mediach społecznościowych i w pracy z rodzicami.</p> <p>Uczestnik identyfikuje poprawne praktyki ochrony danych i etycznego publikowania treści.</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p> <p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
<p>Umiejętności: Uczestnik potrafi rozpoznać kluczowe elementy strategii marki osobistej i prawidłowo dopasować je do charakteru placówki.</p> <p>Umiejętności: Uczestnik potrafi zidentyfikować skuteczne strategie komunikacyjne wspierające promocję placówki i jej pozytywny odbiór w środowisku lokalnym.</p>	<p>Uczestnik wskazuje poprawne elementy strategii i ich zastosowanie w praktyce zawodowej.</p> <p>Uczestnik wskazuje najlepsze sposoby komunikacji zgodnie z wartościami placówki.</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p> <p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
<p>Kompetencje społeczne: Uczestnik rozpoznaje swoją rolę jako reprezentanta placówki i ambasadora jej wartości, zachowując profesjonalizm w codziennej pracy i social media.</p>	<p>Uczestnik identyfikuje poprawne postawy i zachowania zgodne z etyką zawodową i wizerunkiem placówki.</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
<p>Kompetencje społeczne: Uczestnik rozpoznaje najlepsze praktyki komunikacyjne i etyczne w trudnych sytuacjach związanych z budowaniem wizerunku placówki.</p>	<p>Uczestnik wskazuje odpowiednie strategie reagowania na trudne sytuacje komunikacyjne.</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji zawiera opis efektów uczenia się?

Dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji zawiera szczegółowy opis efektów uczenia się, w tym wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych, które uczestnik nabył w wyniku szkolenia.

Pytanie 2. Czy dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji?

Dokument potwierdza, że walidacja efektów uczenia się została przeprowadzona zgodnie z wcześniej określonymi kryteriami weryfikacji, które jednoznacznie wskazują, czy uczestnik osiągnął zakładane cele edukacyjne.

Pytanie 3. Czy dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielanie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

Proces walidacji został przeprowadzony niezależnie od procesu kształcenia, co potwierdza rozdzielanie tych funkcji. Walidacja zostanie przeprowadzona za pomocą testu teoretycznego z wynikiem generowanym automatycznie.

Program

Dzień 1

◆ Moduł 1: Wprowadzenie do marki osobistej w edukacji

✔ Zakres:

- Definicja marki osobistej – czym jest i dlaczego jest istotna w edukacji.
- Nauczyciel jako ambasador wartości placówki.
- Przykłady inspirujących marek osobistych w edukacji.
- 📌 **Metody:** Miniwykład, analiza przypadków, quiz sprawdzający.

◆ Moduł 2: Kluczowe elementy strategii marki osobistej

✔ Zakres:

- Określanie celów marki osobistej.
- Analiza mocnych stron i wartości pracownika.
- Identyfikacja grupy docelowej (rodzice, dzieci, społeczność lokalna).
- 📌 **Metody:** Studium przypadków, ćwiczenie dopasowywania elementów strategii.

◆ Moduł 3: Komunikacja i budowanie wizerunku placówki

✔ Zakres:

- Storytelling jako narzędzie wzmocnienia wizerunku eksperta.
- Prezentacja kompetencji i sukcesów w social media.
- Narzędzia cyfrowe wspierające budowanie marki (np. LinkedIn, Canva).
- 📌 **Metody:** Analiza przypadków, test sytuacyjny.

◆ Moduł 4: Etyka i ochrona danych osobowych w komunikacji

✔ Zakres:

- Granice etyki w komunikacji i budowaniu marki osobistej.
- Ochrona danych osobowych i publikowanie treści zgodnie z przepisami.
- Unikanie konfliktów w komunikacji online i offline.
- 📌 **Metody:** Wykład, quiz wiedzy, analiza dobrych i złych praktyk.

Dzień 2

◆ Moduł 5: Strategia planowania treści zgodnie z marką osobistą eksperta a marką placówki

✔ Zakres:

- Zasady tworzenia spójnej i konsekwentnej strategii treści.
- Dostosowanie treści do wartości i misji placówki.
- Struktura skutecznych treści: kluczowe elementy i zasady.
- 📝 **Metody:** Analiza przykładów strategii, test dopasowywania treści do wartości marki.

◆ Moduł 6: Tworzenie skutecznych treści komunikacyjnych

✔ Zakres:

- Zasady estetyki w komunikacji wizualnej.
- Najlepsze praktyki publikowania treści w social media.
- 📝 **Metody:** Test wielokrotnego wyboru, analiza przykładów.

◆ Moduł 7: Relacje z rodzicami i społecznością online

✔ Zakres:

- Budowanie relacji z rodzicami przez social media.
- Reagowanie na trudne sytuacje online.
- 📝 **Metody:** Studium przypadków, test case study.

◆ Moduł 8: Podsumowanie i test końcowy

✔ Zakres:

- Omówienie kluczowych zagadnień szkolenia.
- Test sprawdzający wiedzę z zakresu marki osobistej i komunikacji.
- 📝 **Metody:** Test końcowy, omówienie wyników.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 0

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
Brak wyników.					

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	2 700,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	2 700,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	168,75 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Mariia- Anastasiia Oliiarnyk

Mariia-Anastasiia Oliiarnyk – przedsiębiorczyni, producentka marek osobistych i kursów online dla ekspertów. Tworzy strategie, które pozwalają specjalistom z branży edukacyjnej i kreatywnej budować autorytet oraz skutecznie monetyzować swoją wiedzę.

Studentka Instytutu Marangoni w Mediolanie, jednej z najbardziej prestiżowych szkół biznesu, mody i designu. Absolwentka Akademii Menadżera EY (Ernst & Young), Compendium MBA QUEST, Akademii Trenera (Empiria) oraz Akademii Negocjacji Nikolaj Kirov, specjalizująca się w strategiach zarządzania, negocjacjach i rozwoju biznesu.

Od lat działa na styku edukacji, strategii biznesowej i działań kreatywnych, wspierając ekspertów w budowaniu autentycznych marek i skalowaniu ich wiedzy w świecie cyfrowym. Zrealizowała liczne projekty edukacyjne i kursy online, od koncepcji po sprzedaż, pomagając klientom skutecznie docierać do odbiorców.

Jest inicjatorką i współorganizatorką prestiżowych wydarzeń biznesowych dla kobiet, m.in. w Business Club Szczecin. Współpracowała z czołowymi ekspertami, w tym z Natalią de Barbaro, znaną psycholożką wspierającą rozwój kobiet w biznesie.

Wspiera przedsiębiorców, między innymi, z branży kreatywnej, beauty i edukacyjnej w tworzeniu wyrazistych marek premium, które przyciągają uwagę, budują zaufanie i zapewniają trwałą przewagę konkurencyjną.

Posiadaczka Państwowego Certyfikatu C2 Znajomości Języka Polskiego, co potwierdza jej biegłość w operowaniu językiem i zarządzaniu narracją marki.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

1 Interaktywne prezentacje multimedialne

- Zawierające kluczowe pojęcia, przykłady, grafiki oraz schematy strategii budowania marki osobistej.
- Przegląd zasad komunikacji zgodnej z wartościami placówki.
- Przykłady dobrych i błędnych praktyk budowania marki osobistej w edukacji.

2 Przewodnik „Marka osobista w edukacji”

- Definicja i kluczowe zasady budowania marki osobistej.
- Checklisty dotyczące strategii komunikacji i dopasowania treści do odbiorców.
- Przykłady skutecznych treści edukacyjnych i ich analiza.

3 Szablony strategii marki osobistej i komunikacji

- Gotowe schematy ułatwiające planowanie strategii marki osobistej w edukacji.

- Wzór do analizy i optymalizacji własnej komunikacji w social media.
- Matryca wartości placówki i ich odzwierciedlenie w treściach komunikacyjnych.

4 Materiały referencyjne i case studies

- Analiza rzeczywistych strategii komunikacyjnych placówek edukacyjnych.
- Studium przypadków: skuteczne i nieefektywne działania wizerunkowe.
- Ćwiczenia dopasowywania treści do wartości marki placówki.

5 Zadania sprawdzające i karty pracy

- Arkusze samooceny strategii marki osobistej.
- Ćwiczenia z identyfikacji grupy docelowej i dostosowania komunikacji.
- Quizy i testy utrwalające wiedzę z zakresu etycznej komunikacji i ochrony wizerunku dzieci.

6 Dostęp do narzędzi online

- Lista polecanych narzędzi cyfrowych do analizy i planowania treści.
- Przewodnik po wykorzystaniu technologii w budowaniu marki osobistej.

7 Certyfikat ukończenia szkolenia

Adres

ul. Juliusza Słowackiego 1-1b

72-100 Goleniów

woj. zachodniopomorskie

Niepubliczny Żłobek Akademia Malucha Justyna Zygmańska

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Paweł Szkudlarek

E-mail pawel.szkudlarek@o3.edu.pl

Telefon (+48) 798 752 646