



Recentia - Szkoły,
Kursy, Szkolenia -
Marta Dajewska

★★★★★ 4,7 / 5

379 ocen

Kurs: Personal Branding i Fotografia – Budowanie Wizerunku i Biznesu

Numer usługi 2025/09/18/10008/3017495

📍 Lubin / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 16 h

📅 11.02.2026 do 12.02.2026

2 400,00 PLN brutto

2 400,00 PLN netto

150,00 PLN brutto/h

150,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria

Inne / Edukacja

Grupa docelowa usługi

Kurs skierowany jest do osób budujących swoją markę osobistą w przestrzeni zawodowej i online – w szczególności do freelancerów, ekspertów, specjalistów z branż kreatywnych, coachów, doradców, twórców internetowych oraz właścicieli małych firm.

Uczestnikami mogą być zarówno osoby rozpoczynające działania wizerunkowe, jak i ci, którzy chcą uporządkować swój przekaz, zwiększyć profesjonalizm zdjęć i spójność komunikacji. Kurs jest także odpowiedni dla fotografów pragnących rozwijać własną markę lub lepiej rozumieć potrzeby klientów z obszaru personal branding.

Minimalna liczba uczestników

1

Maksymalna liczba uczestników

4

Data zakończenia rekrutacji

10-02-2026

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

16

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Certyfikat VCC Akademia Edukacyjna

Cel

Cel edukacyjny

Celem kursu jest wyposażenie uczestników w praktyczną wiedzę i umiejętności niezbędne do budowania spójnej, autentycznej i rozpoznawalnej marki osobistej z wykorzystaniem fotografii jako kluczowego narzędzia komunikacji wizualnej.

Uczestnicy nauczą się projektować swój wizerunek zgodnie z wartościami i celami zawodowymi, planować i wykorzystywać sesje zdjęciowe w kontekście strategii marki, a także wdrażać fotografie do działań marketingowych i obecności w mediach społecznościowych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik definiuje pojęcie marki osobistej oraz wskazuje różnice między marką osobistą a marką produktową.	Uczestnik poprawnie wyjaśnia pojęcie marki osobistej oraz opisuje różnice między marką osobistą a produktową	Wywiad swobodny
Uczestnik identyfikuje kluczowe elementy skutecznej marki osobistej (misja, wartości, spójność, historia)	Uczestnik wymienia i charakteryzuje każdy z wymienionych elementów	Test teoretyczny
Uczestnik tworzy strategię marki osobistej na podstawie analizy SWOT i wyznaczonych celów.	Strategia zawiera poprawnie sformułowaną analizę SWOT, spójne cele osobiste i zawodowe oraz logiczny plan działań.	Prezentacja
Uczestnik rozpoznaje swój archetyp marki i potrafi dopasować do niego styl komunikacji.	Uczestnik wskazuje swój archetyp i uzasadnia wybór, podając przykłady zastosowania w narracji i komunikacji	Wywiad swobodny
Uczestnik buduje spójny przekaz wizualny marki osobistej w różnych kanałach komunikacji.	Uczestnik prezentuje zestaw materiałów wizualnych (np. moodboard, feed, zdjęcia), które są spójne estetycznie i komunikacyjnie.	Prezentacja
Uczestnik planuje sesję zdjęciową spójną z wartościami i stylem swojej marki.	Plan sesji zawiera wybraną lokalizację, stylizację, rekwizyty, typy ujęć oraz uzasadnienie wizualne.	Prezentacja
Uczestnik rozróżnia typy zdjęć wizerunkowych i dobiera je do kontekstu marki.	Uczestnik klasyfikuje zdjęcia jako biznesowe, lifestyle'owe, storytellingowe i przyporządkowuje im odpowiednie zastosowanie.	Test teoretyczny
Uczestnik demonstruje umiejętność pracy przed obiektywem, zachowując spójność z wizerunkiem marki.	Uczestnik podczas sesji wykazuje się świadomą postawą ciała, mimiką i komunikacją niewerbalną odpowiadającą założeniom marki.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Uczestnik wykorzystuje fotografię w mediach społecznościowych do budowania zaufania i wizerunku eksperta.	Uczestnik przedstawia przykłady publikacji (np. posty, zdjęcia profilowe), które są zgodne z jego strategią marki.	Prezentacja

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik analizuje swój obecny wizerunek fotograficzny i wskazuje obszary do poprawy.	Uczestnik przeprowadza autoanalizę i formułuje konkretne wnioski dotyczące spójności, jakości i przekazu wizualnego.	Wywiad swobodny
Uczestnik projektuje moodboard fotograficzny zgodny z tożsamością swojej marki osobistej.	Moodboard zawiera inspiracje wizualne, kolory, stylizacje i elementy dopasowane do archetypu i wartości marki.	Prezentacja
Uczestnik planuje wdrożenie fotografii do strategii komunikacyjnej i marketingowej swojej marki	Plan wdrożenia obejmuje cele, kanały komunikacji, typy treści oraz harmonogram publikacji materiałów wizualnych.	Prezentacja

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

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

TAK

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

TAK

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

TAK

Program

Kurs prowadzony jest w godzinach zegarowych.

Kurs obejmuje 16 godz. zegarowych w tym egzamin końcowy, który trwa 30 min i przeprowadzony jest po zakończeniu zajęć. Każdego dnia przewidziana jest 30 minutowa przerwa, która nie wlicza się w czas trwania usługi.

Dzień 1 08:00 - 16:30

Moduł 1: Fundamenty marki osobistej – tożsamość, znaczenie i strategia

◆ Marka osobista – czym jest i jak ją rozumieć?

- Czym różni się marka osobista od marki produktowej

- Tożsamość vs. reputacja – jak budować świadomy wizerunek
- Autentyczność jako podstawa wiarygodności i zaufania

◆ Dlaczego marka osobista ma znaczenie?

- Wpływ silnej marki na karierę, relacje i rozwój biznesowy
- Przykłady skutecznych marek osobistych ze świata i internetu

◆ Co składa się na markę, która działa?

- Wizja, misja i wartości jako drogowskazy działania
- Spójność przekazu i budowanie osobistej opowieści
- Twoja historia jako narzędzie wyróżnienia

◆ Projektowanie marki – od analizy do wdrożenia

- SWOT Twojej marki – jak rozpoznać potencjał i ograniczenia
- Cele osobiste i zawodowe a kierunek rozwoju marki
- Kroki w tworzeniu strategii personal branding

Moduł 2: Twoja marka od wewnątrz – archetypy, wartości i styl komunikacji

◆ Kim jesteś i co możesz zaoferować?

- Rozpoznanie mocnych stron i talentów (autodiagnoza, testy)
- Unikalna propozycja wartości – jak ją zdefiniować i wykorzystać

◆ Archetypy marki – odkryj swój wizerunkowy klucz

- Wprowadzenie do archetypów według Junga
- Wybór archetypu dopasowanego do Twojej osobowości i celów
- Zastosowanie archetypu w narracji, języku i działaniach marketingowych

◆ Komunikacja marki – jak być spójnym w wielu kanałach

- Budowanie jednolitego wizerunku w różnych punktach kontaktu z odbiorcą
- Personal branding w praktyce: style, formaty, kanały

Moduł 3: Widoczność i autoprezentacja – jak pokazać markę światu

◆ Profesjonalna prezencja i zasady wizerunku w biznesie

- Siła pierwszego wrażenia i mowa ciała w budowaniu marki
- Styl a spójność z wizerunkiem – jak się ubierać, by wzmacniać przekaz
- Etykieta w relacjach zawodowych i networkingowych

◆ Wystąpienia publiczne i media – jak mówić, by być słuchanym

- Storytelling i przemawianie jako narzędzia budowania wpływu
- Przygotowanie do wywiadów, podcastów i spotkań online
- Jak budować autorytet i angażować odbiorców

◆ Marka osobista w sieci – obecność i reputacja online

- Skuteczna obecność na LinkedIn, Instagramie i stronie www
- Tworzenie wartościowego contentu wspierającego Twój wizerunek
- Zarządzanie reputacją online – monitoring, interakcje, feedback

Dzień 2 08:00 - 16:30

Moduł 1: Fotografia jako fundament wizerunku marki osobistej

◆ Obraz jako klucz do autentycznego personal branding

- Rola fotografii w budowaniu marki osobistej
- Dlaczego zdjęcia wpływają silniej niż słowa – siła przekazu wizualnego
- Pierwsze wrażenie w fotografii – aspekty psychologiczne

- Fotografia jako element strategii komunikacji marki

◆ Od koncepcji do kadru – jak zaplanować sesję wizerunkową

- Jak przygotować się do zdjęć: styl, rekwizyty, lokalizacja
- Typy fotografii wizerunkowej: profesjonalna, lifestyle, narracyjna
- Jak efektywnie współpracować z fotografem, by zdjęcia oddawały istotę marki

◆ Wizualna tożsamość marki – język Twoich zdjęć

- Styl wizualny, kolory, kadrowanie – spójność z archetypem i wartościami
- Tworzenie własnej estetyki i stylu fotograficznego
- Fotografia jako rozpoznawalny znak Twojej marki

Moduł 2: Obraz w marketingu i biznesie – praktyczne wykorzystanie fotografii

◆ Twoja marka w sieci – fotografia w mediach społecznościowych

- Jakie zdjęcia budują zaufanie online (LinkedIn, Instagram, strona www)
- Obraz jako treść marketingowa – storytelling fotograficzny
- Budowanie spójnego feedu i portfolio zgodnego z identyfikacją wizualną

◆ Zdjęcia, które sprzedają – fotografia jako produkt i doświadczenie

- Jak poprzez estetykę i jakość tworzyć markę premium
- Emocje na zdjęciach – storytelling w praktyce
- Sesja jako doświadczenie klienta – co wpływa na odbiór i polecenia

◆ Fotograf jako marka – jak działać profesjonalnie i rozwojowo

- Budowanie eksperckiego wizerunku fotografa
- Różne modele biznesowe w fotografii (produkty, usługi, współprace)
- Networking fotografa i współpraca z markami oraz klientami

Moduł 3: Praktyka i wdrożenie – zastosuj wiedzę w realnych działaniach

◆ Analiza, przygotowanie i praca przed obiektywem

- Przegląd i omówienie Twojego aktualnego wizerunku fotograficznego
- Tworzenie moodboardu sesji zgodnej z marką osobistą
- Ćwiczenia przed kamerą – mimika, ciało, autentyczna ekspresja

◆ Zastosowanie w praktyce – warsztat fotograficzny i strategia

- Mini-sesja wizerunkowa (opcjonalna część warsztatowa)
- Plan wdrożenia fotografii do komunikacji i promocji marki
- Integracja fotografii z całościową strategią personal branding

Walidacja:

- W trakcie realizacji kursu przeprowadza się test, wywiady swobodne oraz obserwację w warunkach rzeczywistych.
- Po zrealizowaniu kursu następuje sprawdzenie, czy każdy uczestnik osiągnął całość określonych w usłudze efektów uczenia.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 19

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 19 Marka osobista – czym jest i jak ją rozumieć?	Marta Dajewska	11-02-2026	08:00	09:00	01:00
2 z 19 Dlaczego marka osobista ma znaczenie?	Marta Dajewska	11-02-2026	09:00	10:00	01:00
3 z 19 Co składa się na markę, która działa? Projektowanie marki – od analizy do wdrożenia	Marta Dajewska	11-02-2026	10:00	11:00	01:00
4 z 19 Kim jesteś i co możesz zaoferować?	Marta Dajewska	11-02-2026	11:00	12:00	01:00
5 z 19 Przerwa	Marta Dajewska	11-02-2026	12:00	12:30	00:30
6 z 19 Archetypy marki – odkryj swój wizerunkowy klucz, Komunikacja marki – jak być spójnym w wielu kanałach	Marta Dajewska	11-02-2026	12:30	13:30	01:00
7 z 19 Profesjonalna prezencja i zasady wizerunku w biznesie	Marta Dajewska	11-02-2026	13:30	14:30	01:00
8 z 19 Wystąpienia publiczne i media – jak mówić, by być słuchanym	Marta Dajewska	11-02-2026	14:30	15:30	01:00
9 z 19 Marka osobista w sieci – obecność i reputacja online	Marta Dajewska	11-02-2026	15:30	16:30	01:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
10 z 19 Obraz jako klucz do autentycznego personal branding	Marta Dajewska	12-02-2026	08:00	08:30	00:30
11 z 19 Od koncepcji do kadru – jak zaplanować sesję wizerunkową	Marta Dajewska	12-02-2026	08:30	09:00	00:30
12 z 19 Wizualna tożsamość marki – język Twoich zdjęć	Marta Dajewska	12-02-2026	09:00	09:30	00:30
13 z 19 Twoja marka w sieci – fotografia w mediach społecznościowych	Marta Dajewska	12-02-2026	09:30	10:00	00:30
14 z 19 Zdjęcia, które sprzedają – fotografia jako produkt i doświadczenie	Marta Dajewska	12-02-2026	10:00	10:30	00:30
15 z 19 Fotograf jako marka – jak działać profesjonalnie i rozwojowo	Marta Dajewska	12-02-2026	10:30	11:00	00:30
16 z 19 Przerwa	Marta Dajewska	12-02-2026	11:00	11:30	00:30
17 z 19 Analiza, przygotowanie i praca przed obiektywem	Marta Dajewska	12-02-2026	11:30	13:00	01:30
18 z 19 Zastosowanie w praktyce – warsztat fotograficzny i strategia	Marta Dajewska	12-02-2026	13:00	16:00	03:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
19 z 19 Walidacja: prezentacja, wywiad swobodny, obserwacja w warunkach rzeczywistych	Marta Dajewska	12-02-2026	16:00	16:30	00:30

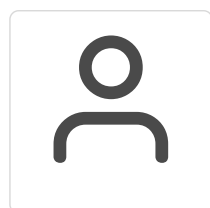
Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	2 400,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	2 400,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	150,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	150,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Marta Dajewska

Własna działalność gospodarcza od 2016 roku w obszarze kursów i szkoleń. Akredytowany trener i egzaminator VCC.

Od 20 lat związana z edukacją dorosłych w różnych dziedzinach i obszarach. Od 2016 roku właściciel firmy szkoleniowej. Prowadząc firmę szkoleniową zajmuje się wszystkim od produktu, przez marketing po sprzedaż czy obsługę klienta.

Absolwentka Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu - Wydział Zarządzania i Informatyki, Kierunek: Finanse i bankowość, w zakresie: rachunkowość i auditing - tytuł mgr oraz Wydziału Zarządzania i Informatyki, Kierunek: Finanse i bankowość, w zakresie: bankowość i ubezpieczenia - tytuł licencjat. Ukończyła Uczelnię Zawodową Zagłębia Miedziowego - trzysemestralne studia podyplomowe w zakresie przygotowania pedagogicznego. Ukończyła liczne kursy i szkolenia: kadrowe, księgowe, komputerowe (pakiet Office), sprzedaży, obsługi klienta, zarządzania, wykorzystywanie aplikacji komputerowych w biznesie itp.

Ma na swoim koncie zrealizowane liczne kursy i szkolenia m.in. dotyczące technik zarządzania i kierowania zespołem oraz motywowania pracowników. Posiada co najmniej 200 godzinne doświadczenie w prowadzeniu szkoleń o podobnej tematyce dla osób dorosłych w ostatnich dwóch latach (24 miesiącach) wstecz od dnia rozpoczęcia szkolenia.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnik przed rozpoczęciem kursu otrzyma:

- materiały merytoryczne szkoleniowe w formie papierowej lub na pendrive.

Po ukończonym kursie uczestnik otrzymuje zaświadczenie oraz certyfikat potwierdzający nabycie kompetencji.

Informacje dodatkowe

Kurs prowadzony będzie przez wykwalifikowanego trenera.

Uczestnik po ukończonym kursie otrzyma certyfikat oraz zaświadczenie na druku MEN.

Kurs będzie realizowany zgodnie z aktualnie obowiązującymi przepisami prawa.

W cenę kursu nie jest wliczony koszt dojazdu oraz zakwaterowania.

Organizator ma prawo zmienić wykładowcę na danym kursie z ważnej przyczyny bez uprzedniego poinformowania uczestników.

Organizator gwarantuje w takim przypadku odpowiednie przygotowanie merytoryczne nowego trenera. Zmiana wykładowcy nie może być podstawą żądania zwrotu opłaty za kurs przez uczestnika.

Zapis na usługę jest równoznaczny z akceptacją regulaminu Realizatora Usługi.

Podstawa zwolnienia z VAT - Art. 43 ust. 1 pkt. 26 a) - ustawy o VAT.

Adres

ul. Józefa Piłsudskiego 10/1

59-300 Lubin

woj. dolnośląskie

Szkolenie przeprowadzone będzie w sali szkoleniowej z dostępem do światła dziennego, wyposażonej w stoliki i krzesła, tablicę suchościeralną, flipchart, rzutnik multimedialny oraz laptopy i/lub tablety.

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Wi-fi
- Laboratorium komputerowe

Kontakt



Marta Dajewska

E-mail m.dajewska@recentia.pl

Telefon (+48) 605 740 813