



UNICO SP. Z O.O.

★★★★★ 4,9 / 5

319 ocen

Unico Marketing: Od marki osobistej do własnego biznesu. Szkolenie z tworzenia spójnej tożsamości i strategii marki opartej na wartościach

Numer usługi 2025/11/14/160223/3147315

📍 Poznań / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 37 h

📅 19.01.2026 do 22.01.2026

5 650,00 PLN brutto

5 650,00 PLN netto

152,70 PLN brutto/h

152,70 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Grupa docelowa usługi	Szkolenie adresowane jest do osób planujących zmianę zawodową, w tym freelancerki, liderki, osoby budujące markę osobistą oraz rozpoczynające działalność gospodarczą. Program będzie szczególnie pomocny dla osób pragnących działać w zgodzie z własnymi wartościami, rozwinąć komunikację swojej marki w internecie oraz opracować koncepcję biznesową spójną z ich misją i osobowością.
Minimalna liczba uczestników	1
Maksymalna liczba uczestników	6
Data zakończenia rekrutacji	18-01-2026
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	37
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Certyfikat systemu zarządzania jakością wg. ISO 9001:2015 (PN-EN ISO 9001:2015) - w zakresie usług szkoleniowych

Cel

Cel edukacyjny

Szkolenie przygotowuje uczestniczki do samodzielnego i skutecznego zbudowania spójnej marki osobistej oraz opracowania koncepcji własnego biznesu w oparciu o autentyczne wartości, misję i potencjał. Szkolenie prowadzi do

praktycznego zastosowania narzędzi storytellingu, strategii komunikacji online, planowania rozwoju marki oraz przygotowania do jej wdrożenia.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Identyfikuje elementy składające się na autentyczną markę osobistą.	– rozpoznaje znaczenie wartości, misji i przekazu w budowie marki,	Wywiad ustrukturyzowany
	– odróżnia markę osobistą od autopromocji,	Wywiad ustrukturyzowany
	– wskazuje kluczowe aspekty wizerunku emocjonalnego marki.	Wywiad ustrukturyzowany
Charakteryzuje zasady budowania spójnej komunikacji marki osobistej.	– rozróżnia typy opowieści wykorzystywane w storytellingu marki,	Wywiad ustrukturyzowany
	– wskazuje elementy spójnego wizerunku wizualnego,	Wywiad ustrukturyzowany
	– identyfikuje różnice w komunikacji marki na różnych platformach (np. LinkedIn, Instagram).	Wywiad ustrukturyzowany
Analizuje potrzeby klienta i formułuje komunikaty marki produktowej.	– wskazuje elementy skutecznej osoby marketingowej,	Wywiad ustrukturyzowany
	– dopasowuje komunikat do emocjonalnych potrzeb odbiorcy,	Wywiad ustrukturyzowany
	– rozpoznaje kluczowe cechy archetypu marki.	Wywiad ustrukturyzowany
Ocenia gotowość do wdrożenia marki w oparciu o plan działań.	– klasyfikuje etapy planowania strategii „30–60–90 dni”,	Wywiad ustrukturyzowany
	– rozpoznaje ograniczające przekonania i strategie ich przełamania,	Wywiad ustrukturyzowany
	– identyfikuje elementy skutecznego planu rozwoju marki.	Wywiad ustrukturyzowany

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

DZIEŃ 1: JA JAKO MARKA – ODNALEZIENIE WŁASNEGO DNA

Cele dnia:

- Poznanie siebie jako fundamentu marki
- Zdefiniowanie swoich wartości, misji i unikalnego przekazu
- Zrozumienie emocjonalnych i wizerunkowych aspektów marki osobistej

Wprowadzenie: Moja historia, Twoja historia

- Opowieść prowadzącej: od 20 lat w korporacji do własnej marki
- Dlaczego dziś marka osobista to nie luksus, lecz konieczność
- Czym jest marka osobista w praktyce (różnica między marką a autopromocją)

Ćwiczenie: „Moja ścieżka życia” – mapa transformacji (analiza punktów zwrotnych)

Wartości, misja, sens

- Model V³: Values – Voice – Vision
- Jak odkryć swoje motywacje, siłę wewnętrzną i powód działania
- Praca z emocjami i lękami: jak przekształcić je w paliwo do rozwoju

Ćwiczenie: „Kompas wartości” – indywidualne określenie 5 kluczowych wartości marki

Odkrywanie osobistego potencjału i mocnych stron

- Analiza talentów i stylu działania (inspiracja Gallupem)
- Czym się wyróżniasz i jak to zakomunikować
- Co sprawia, że ludzie Ci ufają

Ćwiczenie: „Mój unikalny miks” – analiza mocnych stron i obszarów rozwoju

Twój osobisty manifest marki

- Jak ubrać swoje wartości i misję w prosty, zapadający w pamięć przekaz
- Struktura manifestu (3 zdania, które definiują Twoją markę)
- Jak komunikować się z autentycznością, a nie z potrzeby uznania

DZIEŃ 2: BUDOWANIE MARKI OSOBISTEJ W PRAKTYCE

Cele dnia:

- Przełożenie tożsamości marki na konkretne działania komunikacyjne
- Zrozumienie zasad storytellingu, spójnego wizerunku i obecności online

- Opracowanie strategii komunikacji

Storytelling marki osobistej

- Jak stworzyć opowieść, która inspiruje i angażuje
- 3 rodzaje historii: inspiracyjna, ekspercka i transformacyjna
- Jak opowiadać o sobie bez autopromocji

Ćwiczenie: „Moja historia w 2 minutach” – prezentacja i feedback od grupy

Wizerunek i język marki

- Ton komunikacji, styl, kolory, emocje
- Jak stworzyć wizualny język swojej marki (social media, strona, zdjęcia)
- Czym się różni marka autentyczna od wykreowanej

Ćwiczenie: Moodboard marki osobistej – kolaż obrazujący styl, ton i emocje

Komunikacja online i offline

- Jak budować wiarygodność i widoczność w sieci
- LinkedIn vs Instagram – co, gdzie i jak publikować
- Strategia 3 filarów: ekspert – emocje – lifestyle

Ćwiczenie: Plan komunikacji 30 dni – tworzenie własnego planu postów

Networking i autentyczne relacje

- Jak budować sieć kontaktów, która wspiera
- Jak mówić o sobie z lekkością i pewnością
- Jak wzmacniać swoją markę poprzez współpracę

DZIEŃ 3: OD MARKI OSOBISTEJ DO MARKI PRODUKTOWEJ

Cele dnia:

- Nauka jak przełożyć osobistą misję na pomysł na biznes
- Tworzenie koncepcji marki i produktu
- Budowanie marki opartej na emocjach i potrzebach klienta

Pomysł na biznes z serca i strategii

- Jak znaleźć pomysł na własny biznes (analiza pasji i rynków)
- Jak sprawdzić, czy pomysł ma potencjał rynkowy
- Jak połączyć „dlaczego” z „dla kogo”

Ćwiczenie: Analiza 3 pomysłów na biznes – test sensu, pasji i potencjału

Tożsamość marki produktowej

- Nazwa, logo, identyfikacja wizualna
- Jakie emocje budzi Twoja marka?
- Archetypy marki – czyli jak nadać jej charakter

Ćwiczenie: Wybierz archetyp marki i stwórz moodboard wizualny

Klient i komunikacja

- Jak poznać swojego klienta i jego potrzeby
- Budowanie osoby marketingowej
- Tworzenie komunikatów, które trafiają w emocje

Ćwiczenie: Stwórz profil idealnego klienta i 3 kluczowe komunikaty marki

Case study So!Me

- Jak powstawała marka So!Me – decyzje, błędy, lekcje
- Jak budować społeczność i lojalność klientów
- Jak połączyć komunikację osobistą z marką produktową

DZIEŃ 4: ODWAGA, STRATEGIA I WDROŻENIE

Cele dnia:

- Zbudowanie planu działania i strategii marki
- Praca z mindsetem przedsiębiorcy
- Przygotowanie do komunikacji i rozwoju marki po szkoleniu

Mindset przedsiębiorcy

- Jak nie bać się zmian i błędów
- Praca z ograniczającymi przekonaniami
- Odwaga w działaniu i wiara w siebie

Ćwiczenie: „Moje blokady i moje supermoce” – indywidualna praca

Plan rozwoju marki

- Model „30–60–90 dni” – plan wdrożenia
- Jak planować realistycznie i z pasją
- Jak utrzymać spójność i konsekwencję

Ćwiczenie: Opracowanie osobistej mapy działań + prezentacja w grupie

Prezentacje projektów uczestniczek

- Każda osoba prezentuje swoją markę osobistą lub koncepcję biznesu
- Feedback grupy i prowadzącej
- Wzmocnienie przekazu i pewności siebie

Podsumowanie szkolenia

Walidacja efektów uczenia się

- Szkolenie prowadzone jest w sposób indywidualny lub w grupach do 6 osób
- Uczestnik posiada samodzielne stanowisko pracy.
- Warunkiem koniecznym do osiągnięcia celu szkolenia jest 100% frekwencja oraz zaangażowanie Uczestnika.
- Usługa realizowana jest w 37 godzinach dydaktycznych (godzina dydaktyczna = 45 minut).
- Metoda weryfikacji obecności Uczestnika: lista obecności.
- Zajęcia praktyczne: 12 godzin dydaktycznych / zajęcia teoretyczne: 25 godzin dydaktycznych
- Przerwy nie wliczają się do godzin usługi.
- Podany termin szkolenia ma charakter orientacyjny. Po zapisie termin zostanie uzgodniony, aby jak najlepiej dopasować się do potrzeb uczestnika.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 35

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 35 Dzień 1. Moduł – Wprowadzenie: Moja historia, Twoja historia (teoria)	Katarzyna Singh	19-01-2026	09:00	10:00	01:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
2 z 35 Dzień 1. Moduł – Ćwiczenie: Moja ścieżka życia – mapa transformacji (praktyka)	Katarzyna Singh	19-01-2026	10:00	10:45	00:45
3 z 35 Dzień 1. Moduł – Wartości, misja, sens (teoria)	Katarzyna Singh	19-01-2026	10:45	12:00	01:15
4 z 35 Dzień 1. Moduł – Ćwiczenia: Kompas wartości, debata (praktyka)	Katarzyna Singh	19-01-2026	12:00	12:30	00:30
5 z 35 Dzień 1. Przerwa	Katarzyna Singh	19-01-2026	12:30	13:30	01:00
6 z 35 Dzień 1. Moduł – Odkrywanie osobistego potencjału i mocnych stron (teoria)	Katarzyna Singh	19-01-2026	13:30	14:30	01:00
7 z 35 Dzień 1. Moduł – Ćwiczenie: Mój unikalny miks (praktyka)	Katarzyna Singh	19-01-2026	14:30	15:15	00:45
8 z 35 Dzień 1. Moduł – Twój osobisty manifest marki (teoria)	Katarzyna Singh	19-01-2026	15:15	17:00	01:45
9 z 35 Dzień 1. Moduł – Ćwiczenie: Manifest marki (praktyka)	Katarzyna Singh	19-01-2026	17:00	17:30	00:30
10 z 35 Dzień 2. Moduł – Storytelling marki osobistej (teoria)	Katarzyna Singh	20-01-2026	09:00	10:15	01:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
11 z 35 Dzień 2. Moduł – Ćwiczenie: Moja historia w 2 minutach (praktyka)	Katarzyna Singh	20-01-2026	10:15	10:45	00:30
12 z 35 Dzień 2. Moduł – Wizerunek i język marki (teoria)	Katarzyna Singh	20-01-2026	10:45	12:00	01:15
13 z 35 Dzień 2. Moduł – Ćwiczenie: Moodboard marki osobistej (praktyka)	Katarzyna Singh	20-01-2026	12:00	12:30	00:30
14 z 35 Dzień 2. Przerwa	Katarzyna Singh	20-01-2026	12:30	13:30	01:00
15 z 35 Dzień 2. Moduł – Komunikacja online i offline (teoria)	Katarzyna Singh	20-01-2026	13:30	14:30	01:00
16 z 35 Dzień 2. Moduł – Ćwiczenie: Plan komunikacji 30 dni (praktyka)	Katarzyna Singh	20-01-2026	14:30	15:15	00:45
17 z 35 Dzień 2. Moduł – Networking i autentyczne relacje (teoria)	Katarzyna Singh	20-01-2026	15:15	17:00	01:45
18 z 35 Dzień 2. Moduł – Ćwiczenie: Profil marki osobistej online (praktyka)	Katarzyna Singh	20-01-2026	17:00	17:30	00:30
19 z 35 Dzień 3. Moduł – Pomysł na biznes z serca i strategii (teoria)	Katarzyna Singh	21-01-2026	09:00	10:15	01:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
20 z 35 Dzień 3. Moduł – Ćwiczenie: analiza 3 pomysłów (praktyka)	Katarzyna Singh	21-01-2026	10:15	10:45	00:30
21 z 35 Dzień 3. Moduł – Tożsamość marki produktowej (teoria)	Katarzyna Singh	21-01-2026	10:45	12:00	01:15
22 z 35 Dzień 3. Moduł – Ćwiczenie: moodboard wizualny (praktyka)	Katarzyna Singh	21-01-2026	12:00	12:30	00:30
23 z 35 Dzień 3. Przerwa	Katarzyna Singh	21-01-2026	12:30	13:30	01:00
24 z 35 Dzień 3. Moduł – Klient i komunikacja (teoria)	Katarzyna Singh	21-01-2026	13:30	14:30	01:00
25 z 35 Dzień 3. Moduł – Ćwiczenie: profil klienta i komunikaty (praktyka)	Katarzyna Singh	21-01-2026	14:30	15:15	00:45
26 z 35 Dzień 3. Moduł – Case study firmy So!Me (teoria)	Katarzyna Singh	21-01-2026	15:15	17:00	01:45
27 z 35 Dzień 3. Moduł – Ćwiczenie: mini-prezentacja koncepcji marki (praktyka)	Katarzyna Singh	21-01-2026	17:00	17:30	00:30
28 z 35 Dzień 4. Moduł – Mindset przedsiębiorcy (teoria)	Katarzyna Singh	22-01-2026	09:00	10:15	01:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
29 z 35 Dzień 4. Moduł – Ćwiczenie: Moje blokady i supermoce (praktyka)	Katarzyna Singh	22-01-2026	10:15	10:45	00:30
30 z 35 Dzień 4. Moduł – Plan rozwoju marki (teoria)	Katarzyna Singh	22-01-2026	10:45	12:00	01:15
31 z 35 Dzień 4. Moduł – Ćwiczenie: osobista mapa działań (praktyka)	Katarzyna Singh	22-01-2026	12:00	12:30	00:30
32 z 35 Dzień 4. Przerwa	Katarzyna Singh	22-01-2026	12:30	13:30	01:00
33 z 35 Dzień 4. Moduł – Prezentacje projektów (praktyka)	Katarzyna Singh	22-01-2026	13:30	14:30	01:00
34 z 35 Dzień 4. Moduł – Podsumowanie szkolenia (teoria)	Katarzyna Singh	22-01-2026	14:30	14:45	00:15
35 z 35 Dzień 4. Walidacja efektów uczenia się	-	22-01-2026	14:45	15:15	00:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 650,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 650,00 PLN

Koszt osobogodziny brutto

152,70 PLN

Koszt osobogodziny netto

152,70 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Katarzyna Singh

Ekspertka w dziedzinie strategii marketingowej, budowania marki oraz komunikacji wizerunkowej, z ponad piętnastoletnim doświadczeniem w międzynarodowych strukturach korporacyjnych oraz w prowadzeniu własnej marki produktowej.

Od 2023 roku prowadzi autorską markę So Me Biżuteria, łączącą pasję do designu z praktycznym wykorzystaniem strategii marketingowych i narzędzi komunikacji online. W ciągu ostatnich 5 lat rozwijała kompetencje w zakresie strategicznego zarządzania marką, digital marketingu, storytellingu w sprzedaży oraz wdrażania skutecznych kampanii w mediach społecznościowych w firmie Beiersdorf Polska (marka NIVEA), gdzie pełniła funkcje Communication Managera, CSR & PR Managera oraz Brand Managera. Odpowiadała m.in. za budowanie wizerunku marki, planowanie i realizację kampanii 360°, komunikację z mediami oraz działania z obszaru społecznej odpowiedzialności biznesu.

Swoją ścieżkę zawodową rozpoczęła w Hochland Polska Sp. z o.o., gdzie jako Junior Brand Manager zdobyła praktyczne doświadczenie w zarządzaniu kategorią i wdrażaniu nowych produktów na rynek FMCG.

Obecnie łączy doświadczenie korporacyjne z przedsiębiorczością, prowadząc szkolenia z zakresu budowania strategii marki, komunikacji marketingowej i sprzedaży w oparciu o autentyczność oraz spójny wizerunek firmy.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnik otrzymuje materiały szkoleniowe przygotowane przez Unico Sp. z o.o.

Warunki uczestnictwa

Termin szkolenia: Podany termin szkolenia ma charakter orientacyjny. Po zapisie termin zostanie uzgodniony, aby jak najlepiej dopasować się do potrzeb uczestnika.

Jeżeli złożyłeś wniosek u Operatora, ale nie zapisałeś się na usługę, skontaktuj się z nami w celu rezerwacji. Bez wstępnej informacji nie dajemy gwarancji miejsca na usłudze.

Informacje dodatkowe

Unico Sp. z o.o. zapewnia salę szkoleniową z osobnymi stanowiskami dla każdego Uczestnika. Sale są dostosowane do wymogów sanitarno-epidemiologicznych oraz wymogów BHP. Każde szkolenie w Unico jest ubezpieczone.

Usługa szkoleniowa jest zwolniona z podatku VAT, pod warunkiem że dofinansowanie pokrywa co najmniej 70% kosztów szkolenia. W przypadku mniejszego wsparcia finansowego, do ceny netto usługi dodawany jest podatek VAT w wysokości 23%.

Przepis na podstawie którego stosowane jest zwolnienie od podatku: Zwolnienie z podatku VAT na podstawie § 3 ust. 1 pkt 14 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20 grudnia 2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień (tekst jednolity: Dz.U. z 2025 r. poz. 832).

Adres

ul. Elżbiety Drużbackiej 1A/1

60-745 Poznań

woj. wielkopolskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Wi-fi
- Laboratorium komputerowe

Kontakt



Rafał Lisser

E-mail kontakt@unico.org.pl

Telefon (+48) 724 787 771