



KORYCKI &
GRACZYK
CONSULTING
GROUP SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚ
CIĄ

★★★★★ 4,9 / 5

530 ocen

Marka osobista 2.0 – indywidualna usługa szkoleniowa

Numer usługi 2025/11/21/161638/3163833

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🗂 Usługa szkoleniowa

🕒 30 h

📅 09.03.2026 do 11.03.2026

4 428,00 PLN brutto

3 600,00 PLN netto

147,60 PLN brutto/h

120,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Identyfikatory projektów

Kierunek - Rozwój, Nowy start w Małopolsce z EURESEM, Małopolski Pociąg do kariery, Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe

Grupa docelowa usługi

- **Przedsiębiorcy i właściciele firm**, chcący pozyskiwać klientów dzięki marce osobistej.
- **Eksperci i specjaliści** (prawnicy, doradcy, lekarze, trenerzy, konsultanci) budujący autorytet w niszy.
- **Menedżerowie i liderzy** potrzebujący spójnej widoczności zawodowej.
- **Freelancerzy i twórcy** (autorzy, edukatorzy, wideo/podcast) porządkujący ofertę i treści.
- **Osoby publiczne i mówcy** (prelegenci, wykładowcy) doskonalący wystąpienia i storytelling.
- **Specjaliści ds. sprzedaży** rozwijający zaufanie i relacje w mediach społecznościowych.
- **NGO i liderzy społeczni** (fundacje, stowarzyszenia) łączący misję z profesjonalną komunikacją.
- **Osoby na etapie zmiany kariery** wymagające wyraźnego pozycjonowania i oferty.
- **Studenci** kierunków społecznych i ekonomicznych
- Uczestnicy projektów: **Małopolski Pociąg do Kariery, Nowy Start w Małopolsce (EURES), Kierunek Rozwój.**
- Usługa rozwojowa adresowana również dla Uczestników projektu **Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe**

Minimalna liczba uczestników

1

Maksymalna liczba uczestników

1

Data zakończenia rekrutacji	04-03-2026
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	30
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Usługa „Marka osobista 2.0 – indywidualna usługa szkoleniowa” przygotowuje do samodzielnego zaprojektowania i wdrożenia spójnej, mierzalnej marki osobistej poprzez: diagnozę psychologiczną i precyzyjne pozycjonowanie wartości marki, praktyczne wdrożenie komunikacji w prostym języku i zgodnej z dostępnością (w tym kompletny profil LinkedIn i plan treści), trening storytellingu oraz pracy z głosem z nagraniami wideo.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik charakteryzuje tożsamość swojej marki osobistej w oparciu o wartości, talenty, potrzeby rynku i źródła przychodu	Definiuje min. 2–3 własne wartości kluczowe dla marki	Wywiad swobodny
	Charakteryzuje swoje talenty w odniesieniu do potrzeb konkretnej grupy docelowej	Wywiad swobodny
	Uzasadnia, jak te elementy łączą się z obecnymi lub planowanymi źródłami przychodu	Wywiad swobodny
Uczestnik rozróżnia podstawowe odchylenia poznawcze i uzasadnia ich znaczenie dla komunikacji marki.	Rozróżnia co najmniej 3–4 odchylenia (np. dostępności, potwierdzenia, zakotwiczenia, ramowania, niechęci do straty)	Wywiad swobodny
	Ilustruje każde z nich przykładem z nagłówka/oferty/ceny	Wywiad swobodny
Uczestnik ocenia zastosowanie kolorów i kontrastu w swojej komunikacji w odniesieniu do badań i zasad dostępności.	Charakteryzuje skojarzenia kolorów używanych w swojej marce	Wywiad swobodny
	Ocenia czytelność (kontrast, widoczność w telefonie)	Wywiad swobodny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik uzasadnia etyczne granice wpływu w swojej komunikacji marketingowej	Charakteryzuje min. 3 zasady Cialdiniego i podaje przykłady ich zastosowania	Wywiad swobodny
	Uzasadnia, gdzie stawia granice (czego nie robi w przekazie)	Wywiad swobodny
Uczestnik stosuje zasady prostego języka i dostępności w swoich treściach (posty, bio, opisy).	Charakteryzuje najważniejsze zasady prostego języka („1 myśl = 1 akapit”, konkret zamiast żargonu, liczby, przykłady),	Wywiad swobodny
Uczestnik charakteryzuje podstawowe schematy opowieści	Rozróżnia min. 2 schematy (np. „I–Ale–Dlatego”, trzy akty, case klienta)	Wywiad swobodny
	Uzasadnia dobór typu historii (początki, wartości, porażka–lekcja, przemiana klienta)	Wywiad swobodny
	Definiuje sens (S), obietnicę (P) i sposób działania (O) swojej społeczności	Wywiad swobodny
	Wybiera miejsce (newsletter, grupa, platforma) i uzasadnia ten wybór	Wywiad swobodny
Uczestnik projektuje koncepcję społeczności wokół swojej marki i organizuje pierwsze działania angażujące.		

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 – Psychologia marki osobistej (fundament)

10 godzin dydaktycznych (10x45') + 4 przerwy

Cel: zmapować tożsamość i mechanikę działania marki przez pryzmat psychologii – pod **dzień 2** (pozycjonowanie, treści, oferta).

09:00–09:45 – Wprowadzenie do szkolenia

- kontrakt: cele, zakres, oczekiwane rezultaty
- krótki sprawdzian startowy: samoocena i wskaźniki wyjściowe
- ustalenie **wskaźników dnia** (co ma się zmienić do końca)
- zasady pracy: etyka, poufność, informacja zwrotna metodą „SBI”

09:45–10:30 – Ikigai 2.0

- wartości ↔ talenty ↔ potrzeby rynku ↔ źródła przychodu
- „anty-ikigai”: czego świadomie **nie** robimy
- mapa przewag (zestaw dowodów: wyniki, przykłady wdrożeń, rekomendacje)
- hipotezy nisz/segmentów

10:30–10:45 – Przerwa (1)

10:45–12:15 – Psychologia poznawcza w marce

- kluczowe skróty myślowe/odchylenia: dostępności, potwierdzenia, zakotwiczenia, ramowania, niechęci do straty
- zastosowania: nagłówki, oferta, wyceny, **wezwania do działania**, społeczny dowód słuszności
- „anty-odchylenia”: jak pisać, by ograniczać zniekształcenia

12:15–12:45 – Przerwa obiadowa (2)

12:45–14:15 – Psychologia kolorów (na podstawie badań)

- co potwierdzają badania vs. mity i uproszczenia
- kontrast i dostępność (podstawy **WCAG**), czytelność w telefonie
- skojarzenia kulturowe i branżowe

14:15–14:30 – Przerwa (3)

14:30–16:00 – Modele osobowości a marka

- **Wielka Piątka** → przełożenie na tempo, styl, stanowczość wypowiedzi
- **MBTI** jako język preferencji (z zastrzeżeniem: narzędzie rozwojowe)
- **archetypy Junga** jako język projektowy: wybór 1 dominującego + 1 wspierającego

16:00–16:15 – Przerwa kawowa (4)

16:15–17:00 – Psychologia wpływu i społeczna (etyka)

- zasady Cialdiniego: wzajemność, niedostępność, autorytet, społeczny dowód, lubienie, spójność, wspólnota („unity”)
- drobne zobowiązania, pęd decyzji, etyczne ramowanie przekazu
- granice i przejrzystość: co komunikować wprost

17:00–17:45 – Integracja i podsumowanie dnia

- mapa: ikigai → odchylenia poznawcze → kolory/dostępność → osobowość/archetyp → wpływ/etyka
- **3 hipotezy pozycjonowania** pod dzień 2

Dzień 2 – Propozycja wartości, media społecznościowe, LinkedIn, prosty język i dostępność, sztuczna inteligencja

10 godzin dydaktycznych (10×45') + 4 przerwy

09:00–10:30 — Propozycja wartości i pozycjonowanie

- zdanie przewodnie (główne) + 2 wersje dla segmentów
- odróżnienie od konkurencji (punkty wejścia do kategorii)
- **zestaw dowodów**: liczby, przykłady wdrożeń, uprawnienia/certyfikaty, wzmianki w mediach
- bariera → kontrargument → dowód

10:30–10:45 — Przerwa (1)

10:45–11:30 — Przegląd mediów społecznościowych (strategia)

- rola kanałów: **autorytet / dystrybucja / domknięcie sprzedaży**
- formaty a zamiary odbiorców (krótko vs. długo)
- macierz „kanał – format – cel – miara rezultatu”
- wybory: 1 kanał główny + 1–2 kanały wspierające

11:30–12:15 — LinkedIn: budowa profilu (cz. 1)

- baner: przekaz w 7 słowach + wezwanie
- nagłówek (do 220 znaków): [rola] + [dla kogo] + [wynik]
- „O mnie”: 4 akapity (dla kogo → problem → rozwiązanie → dowody/wezwanie)
- „Wyróżnione”: najważniejsze odnośniki (materiał do pobrania/umówienie rozmowy/przypadek wdrożenia)

12:15–12:45 — Przerwa obiadowa (2)

12:45–13:30 — Prosty język — ćwiczenia

- krótkie zdania, strona czynna, „1 myśl = 1 akapit”
- konkret zamiast żargonu; liczby i przykłady
- próg czytelności + lista słów do omijania

13:30–14:15 — Dostępność „w pigułce” w mediach społecznościowych

- opisy alternatywne (struktura), napisy do wideo, kontrast
- wielkie litery w złożonych hashtagach, czytelne odnośniki i wezwania
- lista kontrolna publikacji dostępnej

14:15–14:30 — Przerwa (3)

14:30–15:15 — LinkedIn: budowa profilu (cz. 2)

- Doświadczenie: osiągnięcia → wskaźniki (z X do Y w czasie Z)
- Umiejętności i potwierdzenia; plan prośb o rekomendacje
- pierwszy wpis ekspercki: **otwarcie** → wartość → dowód → wezwanie do działania

15:15–16:00 — Sztuczna inteligencja w marce: karta głosu + podpowiedzi + bezpieczeństwo

- miniprzewodnik „**Głos marki**” (ton wypowiedzi, archetyp, zwroty zakazane)
- bank 10 **podpowiedzi do AI** (zdania przewodnie, „O mnie”, opisy alternatywne, wpisy, wezwania)
- jawność użycia SI, ochrona danych i sprawdzanie faktów, jak unikać zmyśleń

16:00–16:15 — Przerwa (4)

16:15–17:00 — Plan publikacji

- kalendarz na 2 tygodnie (3 wpisy/tydzień + 1 merytoryczny komentarz dziennie)
- ścieżka pracy: pomysł → szkic (SI) → redakcja (prosty język/dostępność) → publikacja → kontakt po publikacji
- mierniki: zasięg, wskaźnik zaangażowania, zapisy/udostępnienia, przejścia na profil

17:00–17:45 — Sprzedaż przez relacje na LinkedIn (minimoduł)

- **szablony wiadomości prywatnych**: ciepłe rozpoczęcie, przypomnienie 1–2, miękkie domknięcie
- rytm 14 dni aktywności (komentarze, zaproszenia, wiadomości)
- wzór prośby o rekomendację + przypięcie do sekcji „Wyróżnione”

Dzień 3 – Opowieści marki, praca z głosem, mniej stresu + społeczność, podsumowanie, walidacja

10 godzin dydaktycznych (10×45') + 4 przerwy

09:00–09:45 – Rozgrzewka głosu + punkt wyjścia

- postawa, oddech przeponowy, dykcja (język, wargi, szczęka)
- nagranie startowe 30 s (próba 1)
- cele głosowe: tempo, pauzy, akcenty

09:45–10:30 – Schematy opowieści + Bank historii

- „I–Ale–Dlatego”, trzy akty, opowieść o przypadku (problem → rozwiązanie → dowód → efekt → wezwanie)
- 4 typy opowieści: początki marki, wartości, „porażka → lekcja”, przemiana klienta
- tworzenie **Banku historii** (co najmniej 20 haseł)

10:30–10:45 – Przerwa (1)

10:45–11:30 – Technika głosu

- rezonans i nośność; tempo mówienia 120–150 słów/min
- pauzy sensu, akcenty, intonacja; higiena głosu
- ćw.: „czytanie → parafraza → opowieść” (3 rundy)

11:30–12:15 – Wystąpienie przed kamerą (ćwiczenia)

- **otwarcie** w ≤2 s, mowa ciała, kontakt z obiektywem
- nagranie 60–90 s (próba 2) + szybkie cięcia (czysty klip)
- napisy i kontrast (dostępność)

12:15–12:45 – Przerwa obiadowa (2)

12:45–13:30 – Mniej stresu: protokół „90 sekund przed startem”

- oddech pudełkowy 4-4-4-4; rozluźnianie krok po kroku
- przeformułowanie („energia zamiast stresu”), skala napięcia, plan „co jeśli”
- zapis własnego **Protokołu antystresowego**

13:30–14:15 – Opowieści na żywo (warsztat)

- 5 rodzajów otwarć (problem/mit/obietnica/„co zamiast”/przykład)
- 2 rundy historii 60–90 s → informacja zwrotna według karty ocen (30 pkt)
- korekty: tempo, cięcia, wezwanie do działania

14:15–14:30 – Przerwa (3)

14:30–15:15 – Budowanie społeczności

- trójkąt **S–P–O**: sens (po co?), obietnica (co dostają?), sposób działania (jak to działa?)
- wybór miejsca: biuletyn e-mailowy / biuletyn na LinkedIn / grupa (Discord/Facebook)
- rytuały: pytania i odpowiedzi, „nasze sukcesy”, wyzwania 7-dniowe, zasady informacji zwrotnej

15:15–16:00 – Plan społeczności

- wprowadzenie nowych osób i pierwsze 5 wpisów/pytań
- pętla: **pętla treści** + **pętla zaangażowania** (rytmy tygodniowe)
- plan 30 dni + role w społeczności (gospodarz, moderator, kurator treści)

16:00–16:15 – Przerwa (4)

16:15–17:00 – Podsumowanie

- łączenie: Bank historii, karta głosu marki, protokół antystresowy, plan społeczności
- decyzje publikacyjne na 24–48 h (co i gdzie idzie jako pierwsze)
- listy kontrolne: publikacja, dostępność, kontakt po publikacji

- sesja pytań i odpowiedzi

17:00–17:45 — Walidacja (45 min)

1) Godziny: Szkolenie odbywa się w godzinach dydaktycznych, czyli 1 godzina szkolenia równa się 45 minut; łącznie 30 godzin dydaktycznych.

2) Przerwy: Przerwy nie są wliczane w czas trwania szkolenia.

3) Metoda prowadzenia: Prowadzone w ramach szkolenia zajęcia realizowane są metodami interaktywnymi i aktywizującymi, rozumianymi jako metody umożliwiające uczenie się w oparciu o doświadczenie i pozwalające uczestnikom na ćwiczenie umiejętności.

4) Forma: Usługa odbywa się zdalnie w czasie rzeczywistym.

5) Grupa docelowa: Usługa skierowana jest do przedsiębiorców i właścicieli firm budujących markę osobistą, ekspertów i specjalistów (m.in. prawników, doradców, lekarzy, trenerów, konsultantów), menedżerów i liderów, freelancerów i twórców (autorów, edukatorów, twórców wideo i podcastów), osób publicznych i mówców, specjalistów ds. sprzedaży, liderów NGO i inicjatyw społecznych, osób w zmianie kariery oraz studentów kierunków społecznych i ekonomicznych, w tym uczestników projektów „Małopolski Pociąg do Kariery”, „Nowy Start w Małopolsce (EURES)”, „Kierunek Rozwój” oraz „Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe”.

6) Warunki organizacyjne: Szkolenie odbędzie się w formie zdalnej w czasie rzeczywistym na platformie komunikacyjnej Google Meet. Szkolenie przewidziane jest dla jednej osoby.

7) Warunki wydania zaświadczenia: Uczestnik otrzyma zaświadczenie, gdy spełni dwa wymogi jednocześnie: osiągnie frekwencję wynoszącą co najmniej 80% łącznego wymiaru godzin szkolenia (nie wlicza się czasu przerw) na podstawie raportu wygenerowanego z systemu Google Meet identyfikującego wszystkich uczestników oraz uzyska wynik co najmniej 80% poprawnych odpowiedzi testu (walidacji).

8) Cel edukacyjny: Usługa „Marka osobista 2.0 – indywidualna usługa szkoleniowa” przygotowuje do samodzielnego zaprojektowania i wdrożenia spójnej, mierzalnej marki osobistej poprzez: diagnozę psychologiczną i precyzyjne pozycjonowanie wartości marki, praktyczne wdrożenie komunikacji w prostym języku i zgodnej z dostępnością (w tym kompletny profil LinkedIn i plan treści), trening storytellingu oraz pracy z głosem z nagraniami wideo.

9) Walidacja: Szkolenie przeznaczone jest dla jednej osoby, w związku z czym walidacja została ujęta w osobnym module harmonogramu szkolenia – „Walidacja”. Podczas całej walidacji wymagana jest włączona kamera. Uczestnik rozmawia z prowadzącym w sposób swobodny, odnosząc się do własnej marki, wykonanych ćwiczeń oraz planowanych działań. Wynik walidacji Uczestnik otrzymuje od razu po zakończeniu rozmowy.

Próg zaliczenia walidacji wynosi **80% osiągniętych efektów uczenia się**. Ocenie podlega w szczególności: merytoryczna poprawność odpowiedzi, zwięzłość wypowiedzi oraz dopasowanie przedstawionych rozwiązań i przykładów do specyfiki marki Uczestnika.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 38

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 38 Wprowadzenie do szkolenia – rozmowa na żywo	Marta Schneider	09-03-2026	09:00	09:45	00:45
2 z 38 Ikigai 2.0 – ćwiczenia	Marta Schneider	09-03-2026	09:45	10:30	00:45
3 z 38 (1) Przerwa	Marta Schneider	09-03-2026	10:30	10:45	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
4 z 38 Psychologia poznawcza w marce – współdzielenie ekranu	Marta Schneider	09-03-2026	10:45	12:15	01:30
5 z 38 Przerwa obiadowa (2)	Marta Schneider	09-03-2026	12:15	12:45	00:30
6 z 38 Psychologia kolorów – wideokonferencja	Marta Schneider	09-03-2026	12:45	14:15	01:30
7 z 38 Przerwa (3)	Marta Schneider	09-03-2026	14:15	14:30	00:15
8 z 38 Modele osobowości a marka – testy	Marta Schneider	09-03-2026	14:30	16:00	01:30
9 z 38 Przerwa kawowa (4)	Marta Schneider	09-03-2026	16:00	16:15	00:15
10 z 38 Psychologia wpływu i społeczna (etyka) – wideokonferencja	Marta Schneider	09-03-2026	16:15	17:00	00:45
11 z 38 Integracja i podsumowanie dnia – rozmowa na żywo	Marta Schneider	09-03-2026	17:00	17:45	00:45
12 z 38 Propozycja wartości i pozycjonowanie – ćwiczenia	Marta Schneider	10-03-2026	09:00	10:30	01:30
13 z 38 Przerwa (1)	Marta Schneider	10-03-2026	10:30	10:45	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
14 z 38 Przegląd mediów społecznościowych (strategia) – wideokonferencja	Marta Schneider	10-03-2026	10:45	11:30	00:45
15 z 38 LinkedIn: budowa profilu (cz. 1) – ćwiczenia	Marta Schneider	10-03-2026	11:30	12:15	00:45
16 z 38 Przerwa obiadowa (2)	Marta Schneider	10-03-2026	12:15	12:45	00:30
17 z 38 Prosty język – ćwiczenia	Marta Schneider	10-03-2026	12:45	13:30	00:45
18 z 38 Dostępność „w pigułce” w mediach społecznościowych – współdzielenie ekranu	Marta Schneider	10-03-2026	13:30	14:15	00:45
19 z 38 Przerwa (3)	Marta Schneider	10-03-2026	14:15	14:30	00:15
20 z 38 LinkedIn: budowa profilu (cz. 2) – ćwiczenia	Marta Schneider	10-03-2026	14:30	15:15	00:45
21 z 38 Sztuczna inteligencja w marce: karta głosu + podpowiedzi + bezpieczeństwo – współdzielenie ekranu	Marta Schneider	10-03-2026	15:15	16:00	00:45
22 z 38 Przerwa (4)	Marta Schneider	10-03-2026	16:00	16:15	00:15
23 z 38 Plan publikacji – ćwiczenia	Marta Schneider	10-03-2026	16:15	17:00	00:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
24 z 38 Sprzedaż przez relacje na LinkedIn (minimoduł) – ćwiczenia	Marta Schneider	10-03-2026	17:00	17:45	00:45
25 z 38 Rozgrzewka głosu + punkt wyjścia – ćwiczenia	Marta Schneider	11-03-2026	09:00	09:45	00:45
26 z 38 Schematy opowieści + Bank historii – współdzielenie ekranu	Marta Schneider	11-03-2026	09:45	10:30	00:45
27 z 38 Przerwa (1)	Marta Schneider	11-03-2026	10:30	10:45	00:15
28 z 38 Technika głosu – rozmowa na żywo	Marta Schneider	11-03-2026	10:45	11:30	00:45
29 z 38 Wystąpienie przed kamerą – ćwiczenia	Marta Schneider	11-03-2026	11:30	12:15	00:45
30 z 38 Przerwa obiadowa (2)	Marta Schneider	11-03-2026	12:15	12:45	00:30
31 z 38 Mniej stresu: protokół „90 sekund przed startem” – ćwiczenia	Marta Schneider	11-03-2026	12:45	13:30	00:45
32 z 38 Opowieści na żywo – ćwiczenia	Marta Schneider	11-03-2026	13:30	14:15	00:45
33 z 38 Przerwa (3)	Marta Schneider	11-03-2026	14:15	14:30	00:15
34 z 38 Budowanie społeczności – rozmowa na żywo	Marta Schneider	11-03-2026	14:30	15:15	00:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
35 z 38 Plan społeczności – wideokonferencja	Marta Schneider	11-03-2026	15:15	16:00	00:45
36 z 38 Przerwa (4)	Marta Schneider	11-03-2026	16:00	16:15	00:15
37 z 38 Podsumowanie – rozmowa na żywo	Marta Schneider	11-03-2026	16:15	17:00	00:45
38 z 38 Walidacja	-	11-03-2026	17:00	17:45	00:45

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	4 428,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	3 600,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	147,60 PLN
Koszt osobogodziny netto	120,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Marta Schneider

Ekspertka strategii marki osobistej i wideomarketingu, autorka książki psychologiczno-rozwojowej „UniKAT”. Ma ponad 1500 godzin przeprowadzonych szkoleń w ostatnich 5 latach, w tym 400+ godzin w obszarze kompetencji miękkich (ze szczególnym naciskiem na wystąpienia publiczne) oraz 300+ godzin w marketingu i content marketingu. Doświadczenie pracy w teatrze wzmacnia jej warsztat głosowy, pracę z ciałem i storytelling na scenie i przed kamerą. W KORYCKI & GRACZYK CONSULTING GROUP sp. z o.o. odpowiada za strategię marketingową i content marketing, a w ramach niniejszej usługi specjalizuje się w: pozycjonowaniu marki osobistej, storytellingu, „głosie marki”, prostym języku i dostępności oraz social sellingu (zwłaszcza na LinkedIn).

Styl pracy: praktyczny, procesowy i nastawiony na rezultat. Marta projektuje programy „pod kontekst” uczestników, pracuje na realnych przykładach i wdrożeniach, a metafory wykorzystuje jako narzędzie upraszczające złożone zagadnienia – tak, by wiedza natychmiast przekładała się na działanie (profil, treści, wideo, wystąpienia).

Uprawnienia trenerskie: Trener kompetencji miękkich (z elementami TSR); Trener-szkoleniowiec w edukacji dorosłych; Trener osobisty: coach, mentor, tutor (z elementami interwencji kryzysowej).

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

- prezentacja multimedialna (PDF)

Warunki uczestnictwa

Ukończony 18 rok życia.

Informacje dodatkowe

1. Jeśli szkolenie będzie dofinansowane ze środków publicznych w **co najmniej 70%**, będzie **zwolnione przedmiotowo z podatku VAT** (podstawa prawna: par. 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* (t.j. Dz. U. z 2023 r. poz. 955 z późn. zm.)).
2. Warunkiem otrzymania zaświadczenia o ukończeniu szkolenia jest **pozytywny wynik walidacji** (próg zdawalności 80%) oraz **frekwencja na minimalnym poziomie 80% czasu trwania szkolenia**.
3. Zawarto Umowę ramową numer **RR.0716.275.2024** z WUP w Toruniu dotycząca realizacji i rozliczania Usług z wykorzystaniem bonów elektronicznych w ramach **Projektu Kierunek – Rozwój**.
4. Zawarto umowę z Wojewódzkim Urzędem Pracy w Szczecinie na świadczenie usług rozwojowych z wykorzystaniem elektronicznych bonów szkoleniowych w ramach projektu Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe.

Warunki techniczne

1. **Platforma komunikacyjna** – Google Meet.
2. **Wymagania sprzętowe:**

- komputer z aktualnym systemem (Windows 10 lub nowszy / macOS 12 lub nowszy / aktualna dystrybucja Linux),
- aktualna przeglądarka (Chrome/Edge/Firefox/Safari – co najmniej dwie ostatnie wersje),
- stabilne łącze internetowe o przepustowości min. 10 Mb/s (pobieranie) i 2 Mb/s (wysyłanie),
- sprawna kamera komputerowa i mikrofon,
- sprawne słuchawki/ głośniki.

1. **Okres ważności linku:** od godziny zegarowej przed godziną rozpoczęcia szkolenia w dniu pierwszym do godziny zegarowej po zakończeniu szkolenia w dniu ostatnim.

Kontakt



Wojciech Graczyk

E-mail wojciech.graczyk@korycki-graczyk.pl

Telefon (+48) 698 291 420