



AKADEMIA
KRYSTIAN
GAWĘCKI

★★★★★ 5,0 / 5

897 ocen

Tryptyk Feniksa - metamorfoza psychospołeczna w środowisku pracy. Wsparcie efektywności i rozwoju.

Numer usługi 2025/11/21/50052/3163866

📍 Szczecin / mieszana (stacjonarna połączona z usługą zdalną w czasie rzeczywistym)

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 36 h

📅 16.01.2026 do 25.01.2026

9 971,90 PLN brutto

9 971,90 PLN netto

277,00 PLN brutto/h

277,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria

Zdrowie i medycyna / Psychologia i rozwój osobisty

Identyfikatory projektów

Regionalny Fundusz Szkoleniowy II

Grupa docelowa usługi

Uczestnicy projektu to osoby aktywne zawodowo, w tym pracownicy oraz osoby prowadzące działalność gospodarczą, które funkcjonują w warunkach wysokiego obciążenia obowiązkami zawodowymi, odpowiedzialnością, z wysokim poziomem ekspozycji na komunikację. Narażone na stagnację w rozwoju zawodowym.

Osoby doświadczające spadku efektywności, obniżonego poziomu energii oraz trudności w utrzymaniu równowagi między wymaganiami zawodowymi a zasobami osobistymi, co wpływa na jakość ich pracy, motywację oraz zaangażowanie. Doświadczają objawów tzw. syndromu SAD, spadku energii, braku produktywności, lęku w sytuacjach zawodowych. Braku umiejętności komunikacji. w dobie autopromocji w social mediach.

Osoby, które chcą uporządkować sposób funkcjonowania w pracy, zwiększyć świadomość własnych zasobów oraz wzmocnić kompetencje psychospołeczne niezbędne do poprawnej komunikacji, rozwoju na płaszczyźnie sprzedażowej, budowaniu pozytywnego wizerunku firmy, dotarciu do większej grupy docelowej.

Minimalna liczba uczestników

10

Maksymalna liczba uczestników

25

Data zakończenia rekrutacji

18-12-2025

Forma prowadzenia usługi

mieszana (stacjonarna połączona z usługą zdalną w czasie rzeczywistym)

Cel

Cel edukacyjny

Celem usługi jest podniesienie efektywności zawodowej uczestników poprzez rozwój kompetencji psychospołecznych bezpośrednio wpływających na funkcjonowanie przedsiębiorstwa. Uczestnicy nabędą umiejętności zarządzania energią i stresem, skutecznej komunikacji i autoprezentacji oraz budowania spójnego wizerunku w środowisku zawodowym i w mediach. Efektem będzie wzrost produktywności, jakości współpracy, skuteczności sprzedażowej oraz poprawa wizerunku i rozpoznawalności firmy.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik rozumie psychologiczne mechanizmy wyczerpania emocjonalnego i rutyny zawodowej i dnia codziennego.	Potrafi wskazać objawy emocjonalnego wypalenia i jego konsekwencje; opisuje wpływ codziennej rutyny na samopoczucie psychiczne.	Test teoretyczny
		Deбата ustrukturyzowana
Uczestnik zna znaczenie emocji i sygnałów z ciała w procesie samoregulacji.	Potrafi rozpoznać fizjologiczne reakcje emocji; potrafi powiązać napięcia w ciele z określonymi stanami emocjonalnymi.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Uczestnik rozumie wpływ postawy, oddechu i ruchu na nastrój i poczucie sprawczości.	Potrafi wskazać zależności między ruchem, oddechem i emocjami; wyjaśnia, jak świadoma praca z ciałem wpływa na pewność siebie.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Uczestnik zna podstawowe strategie samoregulacji emocjonalnej i pracy z energią.	Wymienia techniki redukcji napięcia emocjonalnego; potrafi dobrać odpowiednie narzędzie do sytuacji stresowej.	Test teoretyczny
Uczestnik rozumie znaczenie rytuału i procesu grupowego w procesie przemiany.	Opisuje rolę rytuału i wspólnoty w procesach emocjonalnych; potrafi wskazać znaczenie symboli w budowaniu nowych narracji o sobie.	Analiza dowodów i deklaracji
Uczestnik potrafi nazwać i rozpoznać własne emocje oraz potrzeby osobiste oraz biznesowe.	Identyfikuje emocje towarzyszące konkretnym sytuacjom; potrafi nazwać potrzeby psychiczne i fizyczne. Określać ich zakres.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik potrafi komunikować swoje granice i potrzeby w sposób spokojny i autentyczny.	Formułuje komunikaty w sposób klarowny; reaguje z empatią w sytuacjach konfliktowych.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Uczestnik stosuje techniki pracy z oddechem, ruchem i ciałem w celu redukcji napięcia.	Prezentuje podstawowe ćwiczenia oddechowe i rozluźniające; świadomie wykorzystuje ruch i taniec do wyrażania emocji i energii.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
		Deбата swobodna
Uczestnik świadomie korzysta z mocy rytuałów, gestów i symboli w codziennym funkcjonowaniu.	Potrafi zaprojektować prosty rytuał wspierający codzienną pracę; wykorzystuje symboliczne działania do wzmacniania poczucia bezpieczeństwa i rozwiązywania codziennych obowiązków.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik buduje pozytywny wizerunek własny oraz wspiera siebie w procesie zmiany.	Potrafi dobrać elementy stylizacji wspierające tożsamość; stosuje pozytywne komunikaty wobec siebie.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Uczestnik wprowadza drobne, systematyczne nawyki poprawiające nastroj i poziom energii.	Tworzy osobisty plan regeneracji emocjonalnej; identyfikuje codzienne działania wspierające dobrostan.	Test teoretyczny
Uczestnik rozwija uważność na siebie i innych.	Aktywnie słucha; reaguje z empatią i zrozumieniem; potrafi zareagować adekwatnie do emocji grupy.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Uczestnik potrafi zaufać procesowi i otworzyć się na współpracę w grupie.	Angażuje się w działania zespołowe; dzieli się refleksjami i wspiera innych uczestników.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
		Analiza dowodów i deklaracji
Uczestnik odnajduje ekspresję poprzez ciało i ruch.	Uczestniczy w ćwiczeniach tanecznych; potrafi poprzez ruch wyrażać emocje i energię. Niweluje stres przy autoprezentacji.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Uczestnik traktuje siebie z większą łagodnością, troską i szacunkiem.	Formułuje wspierające komunikaty wewnętrzne; unika języka krytyki wobec siebie; wykazuje postawę samoakceptacji.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
		Test teoretyczny
Uczestnik wzmacnia poczucie własnej wartości i sprawczości.	Określa swoje mocne strony; rozpoznaje obszary rozwoju; wyraża dumę z osiągnięć. Określa cele i umieszcza je w czasie.	Wywiad swobodny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik potrafi tworzyć relacje oparte na empatii, równowadze i autentyczności.	Stosuje komunikację bez przemocy; wyraża emocje w sposób odpowiedzialny i konstruktywny.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
FOLLOW UP Uczestniczka potrafi zaplanować dalsze działania rozwojowe w oparciu o indywidualny follow-up i informację zwrotną.	Zapoznaje się z indywidualną informacją zwrotną i formułuje wnioski do dalszego rozwoju zawodowego.	Test teoretyczny
		Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych

Cel biznesowy

Cel biznesowy usługi został zaprojektowany w oparciu o zasadę SMART, ponieważ uwzględnia psychologiczne mechanizmy regulacji zachowania, motywacji i odporności psychicznej, które warunkują skuteczność działania jednostki w środowisku zawodowym. Precyzyjne określenie celów, mierników i ram czasowych wzmacnia poczucie sprawczości, koncentrację uwagi oraz transfer nabytych kompetencji na realne, mierzalne rezultaty biznesowe przedsiębiorstwa.

S – konkretne sformułowanie

Celem biznesowym niniejszej usługi rozwojowej jest zwiększenie efektywności operacyjnej przedsiębiorstw oraz jakości funkcjonowania pracowników i przedsiębiorców poprzez rozwój kompetencji psychospołecznych, komunikacyjnych i wizerunkowych, zintegrowanych z technikami pracy z ciałem (techniki gruntujące), uważnością (mindfulness) oraz świadomym kształtowaniem wizerunku w oparciu o mechanizmy psychologii społecznej. Usługa ukierunkowana jest na poprawę zdolności regulacji stresu, koncentracji, jakości decyzji oraz spójności komunikacyjnej uczestników, co przekłada się bezpośrednio na wyniki biznesowe, relacje z klientami i postrzeganie marki przedsiębiorstwa.

M – mierzalność

Osiągnięcie celu biznesowego zostanie potwierdzone poprzez uzyskanie mierzalnych rezultatów, w tym:

- wzrost efektywności pracy uczestników minimum o 20%, mierzony autoewaluacją oraz oceną realizacji celów zawodowych,
- poprawę zdolności regulacji stresu i napięcia psychofizycznego u minimum 80% uczestników, potwierdzoną narzędziami ewaluacyjnymi,
- wzrost jakości komunikacji interpersonalnej i wizerunkowej, oceniany na podstawie kompetencji komunikacyjnych i autoprezentacyjnych,
- zwiększenie skuteczności działań sprzedażowych i PR poprzez bardziej spójny, świadomy przekaz w kontaktach bezpośrednich oraz w mediach społecznościowych z uwzględnieniem kwestii związanych z archetypem marki w oparciu o potrzebę grup docelowych oraz poruszaniu się w ogólnie panujących trendach,
- poprawę postrzegania profesjonalizmu i wiarygodności uczestników jako reprezentantów przedsiębiorstwa,
- nawiązanie współpracy BEZ ŁĘKU z mediami, profesjonalnymi firmami zajmującymi się fotografią/filmowaniem, umiejętność pracy w studiu fotograficznym/przed kamerą w celu przygotowywania materiałów promocyjnych dla przedsiębiorstwa.

A – osiągalność

Cel biznesowy jest osiągalny dzięki zastosowaniu interdyscyplinarnego podejścia, łączącego psychologię pracy, psychologię społeczną, trening kompetencji psychospołecznych, techniki gruntujące oraz praktyki mindfulness, empiryczne przykłady zaproszonych gości pracujących w szerokopojętym biznesie. Program opiera się na pracy z ciałem

jako narzędziem regulacji emocji i stresu, co umożliwia uczestnikom stabilizację funkcjonowania w sytuacjach zawodowych o wysokim poziomie presji ze względu na wzmożoną liczbę kontaktów społecznych i obciążających bodźców. Uzupełnieniem procesu są zajęcia prowadzone przez psychologa z uwzględnieniem specjalistów wizerunku, pracujących nie na poziomie estetycznym, lecz w oparciu o mechanizmy percepcji społecznej, pierwszego wrażenia, spójności komunikatu oraz wpływu społecznego.

R – uwzględnienie istotności

Cel biznesowy odpowiada na kluczowe wyzwania przedsiębiorstw związane z przeciążeniem właścicieli/pracowników, spadkiem efektywności, trudnościami komunikacyjnymi oraz rosnącą rolą wizerunku w środowisku zawodowym i cyfrowym. Rozwój umiejętności regulacji psychofizycznej, uważności i świadomej autoprezentacji:

- zwiększa odporność psychiczną pracowników i przedsiębiorców,
- poprawia jakość relacji z klientami i partnerami biznesowymi,
- wzmacnia spójność komunikacji marki osobistej i firmowej,
- wpływa na postrzeganie przedsiębiorstwa jako profesjonalnego i wiarygodnego podmiotu,
- ogranicza koszty pośrednie wynikające z absencji, wypalenia zawodowego i obniżonego zaangażowania,
- ogranicza koszty poprzez nabycie umiejętności pracy nad materiałami promocyjnymi bez korzystania wyłącznie z podmiotów zewnętrznych,
- poprawia efektywność pracy poprzez umiejętność stosowania technik wpływu społecznego, znajomość psychologicznych zjawisk pojawiających się na rynkach usług i sprzedaży,
- usprawnia komunikację asertywną.

T – określenie w czasie

Realizacja celu biznesowego następuje w trakcie realizacji usługi oraz bezpośrednio po jej zakończeniu. Program zakłada stopniowe wdrażanie nabytych kompetencji do codziennego funkcjonowania zawodowego uczestników, a efekty są monitorowane poprzez ewaluację końcową oraz działania follow-up (tydzień po ostatnim dniu usługi stacjonarnej). Umożliwia to szybkie wykorzystanie rezultatów rozwojowych w bieżącej działalności przedsiębiorstwa oraz długofalową poprawę jego efektywności i wizerunku.

Wdrażanie poszczególnych elementów następuje w momencie trwania szkolenia, efekt zatem będzie widoczny natychmiastowo.

Efekt usługi

Efektem usługi jest wypracowanie, wdrożenie oraz utrwalenie rozwiązań organizacyjnych i kompetencyjnych zwiększających efektywność funkcjonowania przedsiębiorstwa poprzez poprawę sposobu komunikacji, podejmowania decyzji oraz zarządzania obciążeniem psychofizycznym pracowników i/lub przedsiębiorców.

Rozwiązania te oparte są na mechanizmach psychologii pracy, psychologii społecznej, teorii samoregulacji oraz regulacji stresu i zachowania w warunkach presji, co zapewnia ich realną użyteczność operacyjną.

Efekt usługi nie ogranicza się do wzrostu wiedzy uczestników, lecz polega na zmianie sposobu funkcjonowania poprzez zmianę zachowań. Wypracowane rozwiązania odpowiadają na konkretne potrzeby w zakresie stabilności działania, jakości komunikacji, odporności psychicznej oraz spójności wizerunkowej przedsiębiorstwa.

Efekt usługi – poziom organizacyjny (pracodawca / przedsiębiorstwo)

W wyniku realizacji usługi pracodawca/organizacja uzyskuje:

- bardziej przewidywalny i stabilny sposób reagowania pracowników w sytuacjach nagłych, konfliktowych i decyzyjnych, wynikający z lepszej regulacji emocjonalnej i świadomego zarządzania stresem,
- poprawę jakości komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej, w tym komunikacji z klientami, partnerami biznesowymi oraz mediami, opartej na jasnym formułowaniu oczekiwań i odpowiedzialności za przekaz,
- ograniczenie strat czasowych, organizacyjnych i wizerunkowych wynikających z chaosu komunikacyjnego, niejasnego podziału ról, braku granic oraz przeciążenia decyzyjnego,
- wzrost spójności wizerunkowej przedsiębiorstwa, rozumianej jako zgodność pomiędzy komunikatem werbalnym, niewerbalnym i działaniami podejmowanymi przez osoby reprezentujące firmę, w oparciu o mechanizmy percepcji społecznej i wpływu społecznego,
- zwiększenie odporności psychicznej i dostępności poznawczej pracowników/przedsiębiorców, co wpływa na ciągłość procesów, jakość decyzji oraz stabilność realizowanych działań biznesowych,

- zmniejszenie ryzyka wypalenia zawodowego, przeciążenia emocjonalnego i dezorganizacji pracy, a tym samym ograniczenie kosztów pośrednich ponoszonych przez przedsiębiorstwo.

Efekt usługi – poziom operacyjny (wdrożone rozwiązania)

Efekt usługi obejmuje wdrożenie przez uczestników konkretnych, powtarzalnych rozwiązań, które mogą być stosowane w codziennym funkcjonowaniu przedsiębiorstwa, w szczególności:

- stosowanie ustrukturyzowanych modeli komunikacji asertywnej i granicznej, umożliwiających precyzyjne formułowanie oczekiwań, decyzji i konsekwencji,
- świadome zarządzanie responsywnością komunikacyjną i priorytetami, ograniczające nadmierne obciążenie informacyjne i decyzyjne,
- regulowanie poziomu stresu i pobudzenia psychofizycznego w sytuacjach ekspozycji zawodowej, wystąpień, rozmów trudnych i kontaktów medialnych,
- podejmowanie decyzji w oparciu o analizę ryzyka, konsekwencji biznesowych i dostępnych zasobów, zamiast reakcji impulsywnych,
- świadome kształtowanie wizerunku osobistego i firmowego w kontaktach zawodowych i medialnych, w oparciu o mechanizmy psychologii społecznej.

Obserwacja uczestnicząca jako element efektu usługi

Od pierwszych minut realizacji usługi prowadzona jest ciągła obserwacja uczestnicząca każdej z uczestniczek przez psychologa, obejmująca sposób komunikowania się, reagowania na presję, podejmowania decyzji oraz funkcjonowania w sytuacjach zadaniowych i społecznych.

Obserwacja ta pozwala na identyfikację wzorców zachowań istotnych z punktu widzenia funkcjonowania przedsiębiorstwa oraz na bieżącą korektę sposobu komunikacji, reagowania i podejmowania decyzji.

Dzięki temu rozwiązania wypracowywane w trakcie usługi mają charakter realistyczny, dopasowany do rzeczywistych zachowań uczestników i rzeczywistych sytuacji zawodowych, a nie wyłącznie deklaracyjny.

Trwałość i użyteczność efektu usługi

Efekt usługi ma charakter:

- mierzalny – możliwy do zweryfikowania na podstawie jasno określonych kryteriów,
- wdrożeniowy – oparty na realnych zmianach zachowań i sposobu pracy,
- użyteczny dla pracodawcy – wpływający na efektywność, komunikację i wizerunek przedsiębiorstwa.

Trwałość efektu wzmocniana jest poprzez działania follow-up realizowane po zakończeniu części stacjonarnej, umożliwiające utrwalenie wdrożonych rozwiązań w praktyce zawodowej.

KRYTERIA WERYFIKACJI OSIĄGNIĘCIA EFEKTU USŁUGI

Osiągnięcie efektu usługi zostaje uznane za spełnione, jeżeli:

- nastąpi wzrost poziomu efektywności funkcjonowania uczestników w obszarach komunikacji, regulacji stresu i podejmowania decyzji,
- uczestnicy wdrożą w praktyce zawodowej konkretne rozwiązania operacyjne wypracowane w trakcie usługi,
- obserwowalna będzie poprawa stabilności reagowania, jakości komunikacji oraz spójności wizerunkowej osób reprezentujących przedsiębiorstwo,
- pracodawca/organizacja uzyska mierzalne korzyści w postaci usprawnienia procesów komunikacyjnych, decyzyjnych i organizacyjnych,
- potwierdzona zostanie trwałość przynajmniej jednej zmiany w sposobie funkcjonowania zawodowego uczestników.

Metoda potwierdzenia osiągnięcia efektu usługi

Metoda potwierdzenia osiągnięcia efektu usługi polega na przeprowadzeniu walidacji działań podjętych w trakcie realizacji usługi szkoleniowej. Proces potwierdzania efektu ma charakter wieloetapowy i opiera się na triangulacji metod diagnostycznych: testów, ankiet, obserwacji uczestniczącej, autoewaluacji.

1. Działania realizowane w trakcie usługi

W trakcie realizacji usługi prowadzona jest systematyczna dokumentacja obejmująca:

- przebieg warsztatów i ćwiczeń,
- zastosowane narzędzia psychologiczne i komunikacyjne,
- obserwacje zachowań uczestniczek w sytuacjach zadaniowych i społecznych,
- wyniki testów częściowych i ankiet kontrolnych.

2. Diagnoza potrzeb i punktu wyjścia (pre-test)

Na początku realizacji usługi przeprowadzana jest diagnoza potrzeb przedsiębiorstwa i uczestniczek, obejmująca:

- test wiedzy z zakresu komunikacji, regulacji stresu i procesów decyzyjnych,
- ankiety samooceny kompetencji psychospołecznych,
- ankietę opisującą funkcjonowanie zawodowe, obciążenie psychofizyczne oraz wyzwania komunikacyjne.

3. Obserwacja uczestnicząca jako narzędzie walidacji

Od pierwszych minut realizacji usługi prowadzona jest ciągła obserwacja uczestnicząca każdej z uczestniczek przez psychologa. Obserwacja ta dotyczy realnych zachowań ujawniających się w trakcie pracy warsztatowej, w szczególności:

- sposobu komunikowania się i reagowania w sytuacjach presji,
- regulacji emocjonalnej i somatycznej,
- stylu podejmowania decyzji,
- reakcji na ekspozycję społeczną i wizerunkową,
- zdolności do korzystania z informacji zwrotnej.

4. Pomiar końcowy i autoewaluacja (post-test i follow-up)

Po zakończeniu części stacjonarnej realizowany jest pomiar końcowy obejmujący:

- test wiedzy końcowy (post-test),
- ankiety samooceny kompetencji,
- ankiety satysfakcji i subiektywnej oceny przydatności narzędzi.

W okresie follow-up uczestniczki dokonują pogłębionej autoewaluacji wdrożeniowej, opisując w jakim zakresie wypracowane rozwiązania zostały zastosowane w praktyce zawodowej oraz jaki miały wpływ na efektywność pracy, komunikację i podejmowanie decyzji.

5. Analiza wdrożeń i funkcjonowania w środowisku cyfrowym

Integralnym elementem potwierdzenia osiągnięcia efektu usługi jest analiza funkcjonowania uczestniczek w środowisku cyfrowym, prowadzona przez psychologa po zakończeniu warsztatów. Analiza ta dotyczy:

- spójności komunikacji wizerunkowej,
- sposobu formułowania przekazu zawodowego,
- widocznych zmian w zakresie ekspozycji, pewności i konsekwencji komunikacyjnej,
- wykorzystania mechanizmów psychologii społecznej w komunikacji z otoczeniem.

6. Ekspercka walidacja psychologiczna

Ostateczne potwierdzenie osiągnięcia efektu usługi dokonywane jest przez psychologa prowadzącego, w oparciu o:

- całość zgromadzonej dokumentacji,
- wyniki testów i ankiet,
- obserwację uczestniczącą,
- analizę autoewaluacji i wdrożeń.

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 I – inicjacja procesu zmiany i diagnoza funkcjonalna - *przebudzenie*

- 9:00–9:30 Otwarcie procesu, kontrakt psychologiczny i bezpieczeństwo pracy grupowej. Wprowadzenie do zasad pracy (granice, poufność, odpowiedzialność za komunikację), omówienie logistyki. Ice-breaker jako narzędzie obniżające napięcie startowe i uruchamiające procesy afiliacyjne oraz współregulację w grupie.

- 9:30–14:00 Warsztat psychologiczny prowadzony przez psycholog mgr inż. Bernadettę Kowalczyk: diagnoza schematów funkcjonowania zawodowego i wzorców komunikacyjnych. Konfrontacja z automatycznymi przekonaniami, emocjami i potrzebami wpływającymi na pracę pod presją. Trening asertywnej komunikacji, granic i odpowiedzialności za przekaz. Rozpoczęcie pracy nad transferem kompetencji do sytuacji zawodowych i komunikacji wizerunkowej.

Trening samoregulacji psychofizycznej i autoprezentacji w oparciu o mechanizmy embodied cognition: ćwiczenia oddech–postawa–ruch jako narzędzia regulacji pobudzenia, redukcji reaktywności stresowej i zwiększania stabilności działania. Praca nad świadomym wykorzystaniem sygnałów niewerbalnych (postawa, ton głosu, tempo reakcji) w sytuacjach ekspozycji zawodowej. Udział Małgorzaty Pieńkowskiej (aktorka) jako empiryczny model odniesienia (modelowanie) – pokaz zastosowań w praktyce występów, pracy „pod kamerą” i autoprezentacji.

Warsztat kreatywności jako kompetencji poznawczej i adaptacyjnej: pobudzanie elastyczności poznawczej, myślenia dywergencyjnego i zdolności do generowania rozwiązań w sytuacjach presji. Praca nad widzeniem siebie w roli zawodowej, poszukiwaniem własnych zasobów oraz budowaniem narracji rozwojowej. Udział obserwacyjny Konrada Bikowskiego (projektant/artysta) jako obserwacja uczestnicząca.

- 14:30–17:30 Trening ekspresji emocjonalnej, komunikacji niewerbalnej i regulacji pobudzenia w warunkach presji społecznej: praca z ruchem, rytmem i ekspresją jako narzędzia zwiększania koherencji (spójności) ciała i przekazu, obniżania napięcia oraz oswajania emocji w bezpiecznych warunkach. Wzmocnienie kompetencji autoprezentacyjnych, odwagi w ekspozycji oraz gotowości do działania w sytuacjach publicznych oraz pracy z autoprezentacją w social mediach.

- 18:00–23:30 – Warsztat psychologiczny: tożsamość marki, archetyp i spójność wizerunku przedsiębiorstwa

(blok procesowy –moderowany przez psycholog mgr inż. Bernadettę Kowalczyk)

Blok poświęcony jest wypracowaniu spójnego wizerunku przedsiębiorstwa i marki osobistej w oparciu o mechanizmy psychologii społecznej, psychologii percepcji oraz teorii archetypów marki. Praca ma charakter warsztatowy i analityczny, a jej celem jest świadome powiązanie tożsamości psychologicznej uczestniczek z komunikatem, jaki wysyła przedsiębiorstwo do otoczenia rynkowego.

Uczestniczki, pod kierunkiem psychologa, analizują i definiują:

- archetyp marki przedsiębiorstwa (rola, wartości, obietnica psychologiczna wobec klienta),
- spójność pomiędzy tożsamością właścicielki/przedstawicielki firmy a wizerunkiem organizacji,
- sposób, w jaki marka jest aktualnie odbierana w kontakcie bezpośrednim i pośrednim.

W trakcie warsztatu wykorzystywane są elementy sensoryczne (kolor, kształt, faktura, zapach, smak) jako narzędzia analizy percepcji i emocjonalnego odbioru marki, zgodnie z badaniami nad wpływem bodźców zmysłowych na decyzje konsumenckie, zaufanie i zapamiętywalność przekazu.

Równolegle prowadzona jest praca nad:

- identyfikacją niespójności wizerunkowych (dysonans pomiędzy intencją a odbiorem),
- świadomym doбором komunikatów wizualnych i sensorycznych wspierających cele biznesowe,
- redukcją lęku przed ekspozycją marki i oceną społeczną.

Elementy pracy z wyglądem, stylizacją i pielęgnacją pełnią funkcję narzędzia projekcyjnego i integrującego proces psychologiczny – pomagają uczestnikom zobaczyć i „przetestować” spójność nowo wypracowanego archetypu marki w praktyce, wzmacniając proces internalizacji zmiany i poczucie sprawczości.

Obecność specjalistów branżowych (np. z obszaru stylizacji, wizerunku, pielęgnacji) ma charakter empirycznych przykładów rynkowych – pokazują oni, jak mechanizmy psychologiczne przekładają się na konkretne decyzje konsumenckie i postrzeganie marki. Interpretacja, moderacja procesu oraz powiązanie tych elementów z celami przedsiębiorstwa pozostają po stronie psychologa prowadzącego.

Efektom bloku jest:

- zdefiniowany archetyp marki przedsiębiorstwa,
- spójny zestaw wizerunkowych i komunikacyjnych wytycznych wspierających cele biznesowe,
- zwiększona świadomość wpływu bodźców sensorycznych na odbiór marki,
- wzmocnienie pewności i konsekwencji w reprezentowaniu firmy w kontaktach zawodowych i medialnych.

Dzień II – porządkowanie wzorców i praca nad wizerunkiem jako konstruktem psychologii społecznej - **oczyszczenie**

• 10:00–11:00 Trening uważności (mindfulness) i regulacji emocjonalnej (prowadzony przez psycholog mgr inż. Bernadettę Kowalczyk): praktyka ukierunkowana na stabilizację uwagi, rozpoznawanie sygnałów przeciążenia (somatycznych, emocjonalnych i poznawczych) oraz redukcję reaktywności. Zajęcia służą zwiększeniu zdolności koncentracji, poprawie jakości decyzji i podnoszeniu odporności psychicznej w środowisku zawodowym. Skupienie na praktyce technik gruntujących pomagających radzić sobie w sytuacjach stresowych, atakach paniki, przeciążeniu komunikacyjnym.

• 11:00–18:00 Warsztat psychologiczny (prowadzony przez psycholog mgr inż. Bernadettę Kowalczyk):

"wizerunek, archetyp marki i komunikacja rynkowa przedsiębiorstwa"

Blok poświęcony jest psychologicznym mechanizmom budowania wizerunku przedsiębiorstwa oraz marki osobistej jako elementu strategii komunikacyjnej i sprzedażowej. Proces prowadzony jest przez psychologa i oparty na koncepcjach psychologii społecznej, teorii tożsamości, archetypów marki, percepcji społecznej oraz wpływu społecznego. Celem bloku jest wypracowanie spójnego, świadomego i adekwatnego do rynku sposobu reprezentowania firmy przez osoby ją tworzące.

Etap I – Diagnoza psychologiczna wizerunku

Prowadzenie: mgr inż. Bernadetta Kowalczyk – psycholog

Uczestniczki analizują aktualny sposób funkcjonowania swojej marki i przedsiębiorstwa w oparciu o pytania diagnostyczne dotyczące:

- tożsamości psychologicznej marki (kim jest marka, jaką pełni rolę społeczną),
- dominujących wartości i emocji, jakie marka komunikuje,
- spójności pomiędzy wizerunkiem właścicielki/przedstawicielki firmy a przekazem rynkowym,
- rozbieżności pomiędzy intencją a realnym odbiorem marki.

Praca ma charakter analityczno-warsztatowy i prowadzi do identyfikacji kluczowych obszarów wymagających korekty z punktu widzenia efektywności komunikacyjnej i biznesowej.

Etap II – Archetyp marki i decyzje komunikacyjne

Prowadzenie procesu: psycholog

Udział ekspertów: Robert Kielb, Konrad Bikowski – case studies

Pod kierunkiem psychologa, definiują archetyp marki swojego przedsiębiorstwa oraz analizują, jak archetyp wpływa na:

- sposób mówienia o ofercie,
- relacje z klientami i partnerami,
- decyzje wizerunkowe i sprzedażowe,
- postrzeganie profesjonalizmu i wiarygodności.

Robert Kielb i Konrad Bikowski występują jako empiryczne przykłady rynkowe – prezentują własne doświadczenia zawodowe, decyzje i konsekwencje wizerunkowe w realnym świecie biznesu. Ich wypowiedzi stanowią materiał do analizy psychologicznej. Psycholog moderuje proces, tłumacząc mechanizmy percepcji, wpływu społecznego i pierwszego wrażenia.

Etap III – Wizerunek jako komunikat psychologiczny

Uczestniczki pracują nad świadomym doбором elementów wizerunkowych jako nośników komunikatu psychologicznego, takich jak:

- kolor (emocje, skojarzenia, zaufanie),
- forma i linia (dynamika vs stabilność),
- faktura i detal (precyzja, dostępność, prestiż),
- spójność bodźców wizualnych z wartościami marki.

Celem etapu jest zrozumienie, jak decyzje pozornie „wizualne” wpływają na procesy decyzyjne klientów, zapamiętywalność marki oraz poczucie bezpieczeństwa i profesjonalizmu w relacjach biznesowych.

Etap IV – Case studies i transfer do realnych decyzji biznesowych poprzez "ja realne"

Prowadzenie: psycholog

Wsparcie empiryczne: Robert Kiełb, Konrad Bikowski

Case studies opartych na doświadczeniach zaproszonych ekspertów. Analizowane są m.in.:

- konsekwencje niespójności wizerunkowej,
- wpływ decyzji wizerunkowych na sprzedaż i relacje z klientami,
- reakcje rynku na zmianę komunikatu marki

Trening koherencji grupowej i ekspresji zbiorowej: praca z ruchem jako narzędzie współregulacji emocjonalnej, wzmacniania poczucia przynależności i stabilności działania w grupie. Wzmacnianie odwagi w ekspozycji, komunikacji niewerbalnej oraz gotowości do działania w sytuacjach społecznych.

Dzień III – utrwalenie efektów, ekspozycja wizerunkowa i symboliczne domknięcie procesu

10:00 - 21:00

Blok integracyjny: przygotowanie do ekspozycji wizerunkowej jako element utrwalający zmianę poznawczo-emocjonalną i wzmacniający poczucie sprawczości.

- Profesjonalne sesje zdjęciowe w studiach fotograficznych jako narzędzie utrwalające: spójność przekazu, pewność w ekspozycji społecznej, redukcja lęku przed oceną oraz trening funkcjonowania „przed kamerą/obiektywem” w warunkach kontrolowanych.
- Finałowa ekspresja ruchowa jako domknięcie procesu zmiany: integracja doświadczeń, wzmacnianie zasobów, symboliczne potwierdzenie nowej narracji o sobie oraz nagranie materiału (element utrwalający i motywujący do dalszych działań wizerunkowych).

Podsumowanie i utrwalenie efektów rozwojowych oraz ich transfer do komunikacji zawodowej.

Dzień IV – FOLLOW-UP (utrwalenie, autoewaluacja, transfer do praktyki zawodowej)

Pogłębione spotkanie integrujące doświadczenia z usługi, prowadzone przez psychologa, ukierunkowane na: autoewaluację zmian, weryfikację wdrożeń, doprecyzowanie indywidualnych dalszych kroków rozwojowych oraz transfer narzędzi do codziennej praktyki zawodowej. Elementem spotkania jest analiza funkcjonowania w środowisku zawodowym i cyfrowym (spójność przekazu, konsekwencja komunikacyjna, redukcja unikania ekspozycji) oraz plan utrwalenia efektów w perspektywie 3–6 msc.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 9

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
1 z 9 9:00– 9:30 Otwarcie procesu, kontrakt psychologiczn y i bezpieczeńst wo pracy grupowej.	Bernadetta Kowalczyk	16-01-2026	09:00	09:30	00:30	Tak
2 z 9 Warsztat psychologiczn y: diagnoza schematów funkcjonowan ia zawodowego i wzorców komunikacyjn ych.	Bernadetta Kowalczyk	16-01-2026	09:30	14:00	04:30	Tak
3 z 9 Trening ekspresji emocjonalnej, komunikacji niewerbalnej oraz mindfulness.	Bernadetta Kowalczyk	16-01-2026	14:30	18:00	03:30	Tak
4 z 9 Warsztat psychologiczn y: tożsamość marki i jej zmiana, archetyp i spójność wizerunku przedsiębiorst wa.	Bernadetta Kowalczyk	16-01-2026	18:00	23:59	05:59	Tak
5 z 9 Trening uważności (mindfulness) i regulacji emocjonalnej. Praca z technikami gruntującymi.	Bernadetta Kowalczyk	17-01-2026	10:00	11:00	01:00	Tak

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
6 z 9 Warsztat psychologiczn y: wizerunek, archetyp marki i komunikacja rynkowa przedsiębiorst wa zgodnie z trendami	Bernadetta Kowalczyk	17-01-2026	11:00	18:00	07:00	Tak
7 z 9 Utrwalenie efektów, ekspozycja wizerunkowa i symboliczne domknięcie procesu.	Bernadetta Kowalczyk	18-01-2026	10:00	21:00	11:00	Tak
8 z 9 Follow UP - pogł. spotkanie integrujące dośw. z usługi, ukierunkowan e na utrwal efektów rozwojowych, transfer narzędzi do codziennej praktyki oraz doprecyzowa nie dalszych działań uczestniczek.	Bernadetta Kowalczyk	25-01-2026	19:30	21:00	01:30	Nie
9 z 9 Walidacja usługi szkoleniowej	-	25-01-2026	21:00	22:00	01:00	Nie

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	9 971,90 PLN

Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	9 971,90 PLN
Koszt osobogodziny brutto	277,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	277,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Bernadetta Kowalczyk

Osoba prowadząca usługę jest doświadczoną psycholożką, specjalizującą się w pracy z osobami dorosłymi, przedsiębiorcami oraz osobami funkcjonującymi w warunkach wysokiej odpowiedzialności i przeciążenia decyzyjnego. Posiada doświadczenie gabinetowe, obejmujące pracę indywidualną z klientami w obszarze regulacji emocjonalnej, radzenia sobie ze stresem, wyznaczania granic, komunikacji interpersonalnej oraz podejmowania decyzji w sytuacjach presji i niepewności.

Równolegle od wielu lat prowadzi warsztaty, szkolenia i procesy rozwojowe, w których łączy wiedzę psychologiczną z praktyką biznesową. Realizuje usługi rozwojowe skierowane do przedsiębiorców, kadry zarządzającej oraz osób budujących markę osobistą, ze szczególnym uwzględnieniem obszarów takich jak asertywna komunikacja, odporność psychiczna, zarządzanie energią psychofizyczną oraz funkcjonowanie w relacjach zawodowych i medialnych.

Istotnym doświadczeniem jest prowadzenie warsztatów z marketingu, komunikacji i PR, obejmujących m.in. świadome budowanie przekazu, spójność komunikacyjną, wystąpienia publiczne, kontakt z klientem oraz funkcjonowanie w przestrzeni publicznej i online. Doświadczenie to pozwala na skuteczne łączenie aspektów psychologicznych z realiami rynkowymi i komunikacyjnymi.

Prowadząca posiada interdyscyplinarne wykształcenie – jest dyplomowanym psychologiem oraz magistrem inżynierem. W pracy szkoleniowej stosuje metody warsztatowe, symulacje, analizę case studies oraz obserwację uczestniczącą.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Zaproszeni eksperci:

Magdalena Błażkowska - Doświadczona stylistka fryzur i designer sztuki fryzjerskiej. Lider przekazujący wiedzę innym. Kreuje nowe możliwości oraz doświadczenie w dziedzinie profesjonalnego fryzjerstwa. Przez wiele lat należała do Elitarnego Stowarzyszenia Artystów Fryzjerów „Intercoiffure” z siedzibą w Paryżu. Przez wiele lat była instruktorem - trenerem w najbardziej prestiżowej Akademii Stylizacji Babicz & Babicz z siedzibą w Krakowie. Współpracując z Akademią od jej powstania, brata udział w wielu pokazach sztuki fryzjerskiej między innymi w Paryżu, Londynie, Berlinie, Mediolanie, Warszawie, Poznaniu oraz Krakowie. Brata udział również w pokazach mody znanych projektantów takich jak Plich i Maciej Zien. Swoje kwalifikacje podnosi w wielu akademiach na świecie między innymi w Vidal Sassoon, Toni&Guy, Sanrizz, oraz Academie Aleksandre de Paris.

Małgorzata Pierkowska - Małgorzata Pierkowska jest doświadczoną aktorką teatralną, filmową i telewizyjną, od lat funkcjonującą w środowisku wysokiej ekspozycji społecznej, presji oceny oraz pracy „na żywo” i „przed kamerą”. Jej udział w projekcie pełni rolę empirycznego modelu odniesienia (modeling) dla uczestniczek, ilustrującego praktyczne zastosowanie mechanizmów psychologicznych

związanych z autoprezentacją, regulacją emocji, komunikacją niewerbalną oraz funkcjonowaniem w sytuacjach wymagających obecności, koncentracji i spójności przekazu. W ramach programu Małgorzata Pieńkowska uczestniczy w blokach poświęconych pracy z ciałem, postawą, oddechem i ekspresją jako narzędziami regulacji psychofizycznej oraz komunikacji społecznej. Jej doświadczenie sceniczne i medialne stanowi materiał empiryczny do analizy psychologicznej, wykorzystywany w pracy warsztatowej prowadzonej przez psychologa. Przykłady z praktyki aktorskiej pozwalają uczestniczkom lepiej zrozumieć mechanizmy radzenia sobie z napięciem, treścią, oceną społeczną oraz budowaniem wiarygodności w sytuacjach publicznych i zawodowych. Rola Małgorzaty Pieńkowskiej w projekcie ma charakter wspierający i ilustracyjny – nie polega na prowadzeniu procesu rozwojowego, lecz na dzieleniu się doświadczeniem zawodowym oraz uczestnictwie w ćwiczeniach, które są następnie interpretowane i integrowane z procesem psychologicznym przez prowadzącą usługę. Dzięki temu uczestniczki mogą obserwować, jak strategie regulacji emocji, pracy z ciałem i obecnością

Olga Majrowska - Fotografka, malarka, kreatorka. Od ponad 20 lat z pasją fotografuje ludzi z pierwszych stron gazet, ludzi świata biznesu, polityki, kultury. Odkrywa w ludziach to co piękne, ale ukryte. Podchodzi kreatywnie do rozwiązywania potrzeb bohaterów zdjęć. Sztuka towarzyszy jej od wczesnych lat dzieciństwa. Ukończyła szkołę muzyczną 1 st. im. Zarębskiego w Warszawie, Państwowe Liceum Sztuk Plastycznych im. W. Gersona w Warszawie. Studiowała grafikę na ASP w Warszawie oraz ukończyła Fotografię na PWSFiT w Łodzi. Jej zdjęcia miały publikacje w: Viva!, Grazia, Twój Styl, Glamour Gala, Uroda Życia. Zrealizowała reklamy: Orange, Perfect, Itaka, Electrolux, Kenwood, wyd. Znak, wyd. Folia, wyd. Poznańskie. Jej słynne powiedzenie: 'Fotografia dla mnie to zapamiętywanie ludzi w ich pięknym czasie, który tak bardzo chcemy dla siebie zatrzymać'

Robert Kielb - Stylista z 20-letnim doświadczeniem w pracy z gwiazdami, markami i mediami. Historyk mody, który wierzy, że styl to narzędzie transformacji życia – nie kolekcja ubrań. Tworzy autorskie programy analizy szafy i prowadzi warsztaty, które łączą wiedzę o historii mody z praktycznymi umiejętnościami budowania ponadczasowego stylu. Przez następne 20 lat miałem przywilej pracować z: Gwiazdami polskiego show-biznesu – przygotowując ich do najważniejszych eventów Markami odzieżowymi – tworząc kampanie i kierując wizją Setkami klientów prywatnych – pomagając im odnaleźć siebie przez styl. Wierzę, że najpierw jesteś człowiekiem, dopiero potem masz styl. I to właśnie Wam dzisiaj pokażę – jak znaleźć styl, który służy Waszemu życiu, nie trendom. Zaczniemy!

Konrad Bikowski - Konrad Bikowski jest projektantem mody z wieloletnim doświadczeniem w obszarze projektowania i realizacji autorskich kolekcji oraz indywidualnych projektów odzieżowych. Specjalizuje się w projektowaniu sukni wieczorowych, ślubnych oraz kreacji scenicznych i wizerunkowych, tworzonych na potrzeby wydarzeń artystycznych i występów publicznych. Jego prace funkcjonują w obszarze mody użytkowej oraz scenicznej, gdzie kluczowe znaczenie mają forma, przekaz wizualny i spójność wizerunku. Doświadczenie zawodowe Konrada Bikowskiego obejmuje realizację projektów wymagających ścisłej współpracy z klientem, analizy potrzeb oraz pracy pod presją czasu i wysokich oczekiwań estetycznych. W swojej praktyce łączy kompetencje projektowe z wiedzą z zakresu komunikacji wizualnej, stylizacji i budowania wizerunku, co stanowi wartość w kontekście procesów rozwojowych i warsztatowych. Projektant posiada doświadczenie w pracy przy wydarzeniach branżowych, pokazach mody oraz projektach realizowanych w przestrzeni publicznej. Jego działalność zawodowa wymaga wysokiej uważności, decyzyjności i odpowiedzialności za efekt końcowy, co przekłada się na praktyczne kompetencje możliwe do wykorzystania w pracy rozwojowej. W pracy z grupami stosuje podejście warsztatowe oparte na doświadczeniu, analizie formy oraz pracy z wizerunkiem i ekspresją. Wspiera uczestników w rozwijaniu świadomości estetycznej i komunikacji niewerbalnej w kontekście pracy zawodowej.

Informacje dodatkowe

Szkolenie odbędzie się stacjonarnie w terminie 16–18 stycznia, zaś 25 stycznia zaplanowano część niestacjonarną (follow-up) dla wszystkich uczestniczek. W ramach follow-upu wszystkie uczestniczki spotkają się wspólnie.

Warunki techniczne

Usługa realizowana w części niestacjonarnej odbywa się za pośrednictwem platformy Google Meet. Uczestnik powinien dysponować urządzeniem umożliwiającym udział w wideokonferencji (komputer stacjonarny, laptop, tablet lub smartfon) wyposażonym w sprawną kamerę, mikrofon oraz głośniki lub słuchawki. Wymagane jest stabilne połączenie z Internetem o minimalnej przepustowości umożliwiającej transmisję audio i wideo. Do udziału w usłudze niezbędne jest posiadanie aktualnej przeglądarki internetowej lub aplikacji Google Meet oraz adresu e-mail umożliwiającego otrzymanie zaproszenia do spotkania. Platforma zapewnia dostęp do prezentowanych treści, materiałów szkoleniowych oraz interakcji z prowadzącymi i pozostałymi uczestnikami w czasie rzeczywistym. Adres konferencji cyfrowej zostanie przekazany w ostatnim dniu części stacjonarnej szkolenia.

Adres

al. Wojska Polskiego 20
70-471 Szczecin
woj. zachodniopomorskie

Usługa realizowana będzie w formule stacjonarnej, w trzech pracowniach należących do Akademii Gawęcki, przystosowanych do prowadzenia zajęć szkoleniowo-warsztatowych. Przestrzenie te spełniają wymagania organizacyjne i techniczne Bazy Usług Rozwojowych oraz standardu SUS 3.0, w szczególności w zakresie warunków lokalowych, wyposażenia dydaktycznego, bezpieczeństwa oraz komfortu pracy grupowej. W pracowniach realizowana będzie całość części szkoleniowej, obejmującej pracę warsztatową, ćwiczenia praktyczne, symulacje oraz bieżący follow-up realizowany w czasie rzeczywistym.

Indywidualny follow-up po zakończeniu części stacjonarnej realizowany będzie w formule zdalnej (online), z wykorzystaniem narzędzi komunikacji elektronicznej. Forma online umożliwia dogłębną informację zwrotną, monitorowanie wdrożenia kompetencji oraz archiwizację dokumentacji potwierdzającej osiągnięcie efektów uczenia się. Follow-up stanowi integralny element usługi.

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi
- Ułatwiony dostęp do sali szkoleniowej dla osób z ograniczoną mobilnością.

Kontakt



Krystian Gawęcki

E-mail krystiangawecki-81@wp.pl

Telefon (+48) 510 060 658