



Edu Production
Paweł Szkudlarek

★★★★★ 5,0 / 5
6 202 oceny

Marka osobista w edukacji: profesjonalny wizerunek i komunikacja w mediach społecznościowych (Instagram, Facebook) z wykorzystaniem aplikacji biznesowych – dla pracowników placówek opiekuńczo-wychowawczych

Numer usługi 2026/01/05/11906/3239610

📍 Stargard / stacjonarna

🏢 Usługa szkoleniowa

🕒 16 h

📅 31.01.2026 do 01.02.2026

3 840,00 PLN brutto
3 840,00 PLN netto
240,00 PLN brutto/h
240,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Informatyka i telekomunikacja / Aplikacje biznesowe
Grupa docelowa usługi	Usługa szkoleniowa „Marka osobista w edukacji: profesjonalny wizerunek i komunikacja” zostało zaprojektowane z myślą o pracownikach placówek opiekuńczo-wychowawczych. Skierowane jest zarówno do kadry zarządzającej, jak i do osób bezpośrednio zaangażowanych w codzienną opiekę i wychowanie
Minimalna liczba uczestników	5
Maksymalna liczba uczestników	20
Data zakończenia rekrutacji	30-01-2026
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	16
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Certyfikat VCC Akademia Edukacyjna

Cel

Cel edukacyjny

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

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

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

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

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

Program

Dzień 1

Moduł 1: Wprowadzenie do marki osobistej w edukacji

Zakres:

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

Moduł 2: Kluczowe elementy strategii marki osobistej

Zakres:

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

Moduł 3: Komunikacja i budowanie wizerunku placówki

Zakres:

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

Moduł 4: Etyka i ochrona danych osobowych w komunikacji

Zakres:

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

Dzień 2

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

Zakres:

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

Moduł 6: Relacje z rodzicami i społecznością online

Zakres:

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

Moduł 7: Sesja zdjęciowa i nagrania wideo – praktyczna produkcja treści

Zakres:

- Planowanie i realizacja profesjonalnej sesji zdjęciowej w placówce – dobór kadrów, światła i tła.
- Nagrania wideo (reels, stories, posty wideo) z udziałem uczestników – od scenariusza po gotowy materiał.
- Zasady estetyki wizualnej i spójności wizerunku w publikacjach.
- **Metody:** Test wielokrotnego wyboru, analiza przykładów, tworzenia treści foto i wideo.

Moduł 8: Podsumowanie i test końcowy

Zakres:

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

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 18

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 18 Powitanie uczestników. Wprowadzenie do szkolenia. Cele i oczekiwane efekty	Mariia-Anastasiia Oliiarnyk	31-01-2026	08:00	08:30	00:30
2 z 18 Wprowadzenie do marki osobistej w edukacji	Mariia-Anastasiia Oliiarnyk	31-01-2026	08:30	10:00	01:30
3 z 18 Przerwa kawowa	Mariia-Anastasiia Oliiarnyk	31-01-2026	10:00	10:15	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
4 z 18 Kluczowe elementy strategii marki osobistej	Mariia-Anastasiia Oliiarnyk	31-01-2026	10:15	11:45	01:30
5 z 18 Przerwa kawowa	Mariia-Anastasiia Oliiarnyk	31-01-2026	11:45	12:00	00:15
6 z 18 Komunikacja i budowanie wizerunku placówki (część I)	Mariia-Anastasiia Oliiarnyk	31-01-2026	12:00	13:30	01:30
7 z 18 Przerwa obiadowa	Mariia-Anastasiia Oliiarnyk	31-01-2026	13:30	14:00	00:30
8 z 18 Komunikacja i budowanie wizerunku placówki (część II)	Mariia-Anastasiia Oliiarnyk	31-01-2026	14:00	15:00	01:00
9 z 18 Etyka i ochrona danych osobowych w komunikacji	Mariia-Anastasiia Oliiarnyk	31-01-2026	15:00	16:00	01:00
10 z 18 Przypomnienie kluczowych zagadnień z pierwszego dnia.	Mariia-Anastasiia Oliiarnyk	01-02-2026	08:00	08:30	00:30
11 z 18 Strategia planowania treści zgodnie z marką osobistą eksperta a marką placówki (część I)	Mariia-Anastasiia Oliiarnyk	01-02-2026	08:30	10:00	01:30
12 z 18 Przerwa kawowa	Mariia-Anastasiia Oliiarnyk	01-02-2026	10:00	10:15	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
13 z 18 Strategia planowania treści zgodnie z marką osobistą eksperta a marką placówki (część II)	Mariia-Anastasiia Oliiarnyk	01-02-2026	10:15	11:15	01:00
14 z 18 Przerwa kawowa	Mariia-Anastasiia Oliiarnyk	01-02-2026	11:15	11:30	00:15
15 z 18 Relacje z rodzicami i społecznością online	Mariia-Anastasiia Oliiarnyk	01-02-2026	11:30	12:30	01:00
16 z 18 Przerwa obiadowa	Mariia-Anastasiia Oliiarnyk	01-02-2026	12:30	13:00	00:30
17 z 18 Sesja zdjęciowa i nagrania wideo – praktyczna produkcja treści	Mariia-Anastasiia Oliiarnyk	01-02-2026	13:00	15:30	02:30
18 z 18 Podsumowanie i test końcowy	Mariia-Anastasiia Oliiarnyk	01-02-2026	15:30	16:00	00:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	3 840,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	3 840,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	240,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	240,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Mariia- Anastasiia Oliarnyk

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

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

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

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

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

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

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

1 Interaktywne prezentacje multimedialne

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

2 Przewodnik „Marka osobista w edukacji”

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

3 Szablony strategii marki osobistej i komunikacji

- Gotowe schematy ułatwiające planowanie strategii marki osobistej w edukacji.
- Wzór do analizy i optymalizacji własnej komunikacji w social media.
- Matryca wartości placówki i ich odzwierciedlenie w treściach komunikacyjnych.

4 Materiały referencyjne i case studies

- Analiza rzeczywistych strategii komunikacyjnych placówek edukacyjnych.

- Studium przypadków: skuteczne i nieefektywne działania wizerunkowe.
- Ćwiczenia dopasowywania treści do wartości marki placówki.

5 Zadania sprawdzające i karty pracy

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

6 Dostęp do narzędzi online

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

7 Certyfikat ukończenia szkolenia

Adres

ul. Adama Mickiewicza 4A
73-110 Stargard
woj. zachodniopomorskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Paweł Szkudlarek

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

Telefon (+48) 798 752 646