



AKADEMIA
KRYSTIAN
GAWĘCKI

★★★★★ 5,0 / 5

938 ocen

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

Numer usługi 2026/02/25/50052/3362324

📍 Szczecin / mieszana (stacjonarna połączona z usługą zdalną)

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 44 h

📅 13.03.2026 do 16.03.2026

10 000,00 PLN brutto

10 000,00 PLN netto

227,27 PLN brutto/h

227,27 PLN netto/h

125,00 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria

Zdrowie i medycyna / Psychologia i rozwój osobisty

Grupa docelowa usługi

Uczestnicy projektu to osoby aktywne zawodowo, w tym pracownicy i 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 SoMe.

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

Usługa skierowana jest do uczestników różnych projekt.

Minimalna liczba uczestników

10

Maksymalna liczba uczestników

30

Data zakończenia rekrutacji

12-03-2026

Forma prowadzenia usługi

mieszana (stacjonarna połączona z usługą zdalną)

Liczba godzin usługi

44

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
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.	Debata swobodna
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 symulowanych
Uczestnik wprowadza drobne, systematyczne nawyki poprawiające nastroj i poziom energii.	Tworzy osobisty plan regeneracji emocjonalnej; identyfikuje codzienne działania wspierające dobrostan.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Uczestnik rozwija uważność na siebie i innych.	Aktywnie słucha; reaguje z empatią i zrozumieniem; potrafi zareagować adekwatnie do emocji grupy.	Test teoretyczny
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
Uczestnik odnajduje ekspresję poprzez ciało i ruch.	Uczestniczy w ćwiczeniach tanecznych; potrafi poprzez ruch wyrażać emocje i energię. Niweluje stres przy autoprezentacji.	Analiza dowodów i deklaracji
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
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.	Test teoretyczny
		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 wzmacniana 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 cząstkowych 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*

- 8:00–10:00 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.

- 10:00–14:00 Warsztat psychologiczny.

Udział ekspertów: Patrycja Kazadi, Bernadetta Kowalczyk – case studies

Diagnoza schematów funkcjonowania zawodowego i wzorców komunikacyjnych. Konfrontacja z automatycznymi przekonaniem, 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.

- 14:00 –19:00 Trening umiejętności.

Udział ekspertów: Katarzyna Florczuk, Bernadetta Kowalczyk – case studies

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 osławiania emocji w bezpiecznych warunkach. Wzmocnienie kompetencji autoprezentacyjnych, odwagi w ekspozycji oraz gotowości do działania w sytuacjach publicznych oraz pracy z szerokopojętą autoprezentacją.

- 19:00 – 22:00 Warsztat ze sztuką jako narzędziem pogłębionej autorefleksji i inicjacji procesu zmiany psychospołecznej. Uczestniczki, pod okiem prowadzącej, realizują indywidualne ćwiczenie twórcze oparte na symbolice, metaforze i narracji osobistej, którego celem jest identyfikacja dotychczasowych ról, przekonań oraz zasobów. Proces artystyczny stanowi bezpieczną formę ekspresji emocji i umożliwia uruchomienie mechanizmów wglądu, zgodnie z metodyką pracy rozwojowej stosowaną w projekcie Tryptyk Feniksa. Warsztat wspiera budowanie sprawczości, redefinicję tożsamości oraz wzmocnienie gotowości do zmiany w obszarze społecznym i zawodowym. Działanie jest integralnym elementem usługi rozwojowej ukierunkowanej na trwały efekt kompetencyjny uczestniczek.

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

- 08:00–10:15 Trening uważności.

Udział ekspertów: Katarzyna Florczuk, Bernadetta Kowalczyk – case studies

Trening uważności i regulacji emocjonalnej; 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.

- 10:15–21:00 Warsztat psychologiczny: wizerunki, archetypy, komunikacja, autoprezentacja.

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

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

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.

Zaproszeni goście prezentują własne doświadczenia zawodowe, decyzje i konsekwencje wizerunkowe w realnym świecie biznesu. Ich wypowiedzi stanowią materiał do analizy psychologicznej. 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"

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.

Warsztat psychologiczny: tożsamość marki, archetyp i spójność wizerunku przedsiębiorstwa

Wypracowanie 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, 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 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 uczestniczkom 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) ma charakter empirycznych przykładów – 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.

Efektem 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,
- savoir vivre w kobiecym wizerunku i biznesie.

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

8:00 - 19:00

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

- Profesjonalne sesje zdjęciowe jako narzędzie utrwalające: spójność przekazu, pewność w ekspozycji społecznej, redukcja lęku przed oceną oraz trening funkcjonowania „przed kamerą/obiektywem” w warunkach kontrolowanych.
- Praca z social media managerami jako pierwsze kroki współpracy z profesjonalistami zakresu rozwoju wizerunku w social mediach.
- Finałowa ekspresja ruchowa jako domknięcie procesu zmiany: integracja doświadczeń, wzmacnianie zasobów, symboliczne potwierdzenie nowej narracji.

Materiał FOLLOW UP - integrujące doświadczenie z usługi, ukierunkowane na utrwalenie efektów rozwojowych. Harmonogram usługi w dniu 16.03 jest orientacyjny z uwagi na specyfikę świadczonej usługi.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 9

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 9 Otwarcie procesu	KRYSTIAN GAWĘCKI	13-03-2026	08:00	10:00	02:00
2 z 9 Warsztat Psychologiczny	Bernadetta Kowalczyk	13-03-2026	10:00	14:00	04:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
3 z 9 Trening ekspresji emocjonalnej, komunikacji niewerbalnej i regulacji	Bernadetta Kowalczyk	13-03-2026	14:00	19:00	05:00
4 z 9 Warsztat ze sztuką jako narzędziem pogłębionej autorefleksji i inicjacji procesu zmiany	Bernadetta Kowalczyk	13-03-2026	19:00	22:00	03:00
5 z 9 Trening uważności i regulacji emocjonalnej; praktyka ukierunkowana na stabilizację uwagi	Bernadetta Kowalczyk	14-03-2026	08:00	10:15	02:15
6 z 9 Warsztat psychologiczny: wizerunki, archetypy, komunikacja, autoprezentacja.	Bernadetta Kowalczyk	14-03-2026	10:15	21:00	10:45
7 z 9 utrwalenie efektów, ekspozycja wizerunkowa i symboliczne domknięcie procesu	Bernadetta Kowalczyk	15-03-2026	08:00	22:00	14:00
8 z 9 e-learning FOLLOW UP - integrujące doświadczenie z usługi, ukierunkowane na utrwalenie efektów rozwojowych, transf	Bernadetta Kowalczyk	16-03-2026	19:00	21:00	02:00
9 z 9 e-learning - Walidacja - test	-	16-03-2026	21:00	22:00	01:00

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	10 000,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	10 000,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	227,27 PLN
Koszt osobogodziny netto	227,27 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 2



1 z 2

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.



2 z 2

KRYSTIAN GAWĘCKI

Krystian Gawęcki posiada 20 letnie doświadczenie ze sztuką fryzjerską i kilkunastoletnie doświadczenie jako szkoleniowiec. Jako mistrz fryzjerstwa pod swoim okiem wyszkolił wielu fryzjerów czynnie działających na terenie całej Polski. Jako szkoleniowiec i wizjoner dzieli się stale aktualizowaną wiedzą teoretyczną i praktyczną. Uczestnicząc we wszelkiego rodzaju szkoleniach

otrzymuje doskonałe opinie. Ponadto jako trener zawodu dla młodych osób świetnie sprawdza się jako osoba wprowadzająca na rynek. Prowadzi własną Akademię Fryzjerską połączoną z Akademią szkoleniową. Uczestniczy w przygotowaniach do teledysków i sesji zdjęciowych gwiazd w Polsce i za granicą. Nawiązuje przy szkoleniach współpracę z instruktorami i szkoleniowcami z całej Polski. Przez całą dotychczasową karierę posiada pokaźny dorobek certyfikatów, dyplomów świadczących o zdobytych kompetencjach i szerokim spectrum posiadanej wiedzy w zakresie fryzjerstwa. Zawód szlifował i szlifuje w oparciu o najnowsze technologie korzystając ze szkoleń w Polsce i za granicą. Przepelniony jest pasją do fryzjerstwa, w każdym projekcie szuka rozwiązań innowacyjnych i zaskakujących. Dbą o najdrobniejszy szczegół. Jest czynnym zawodowo fryzjerem i stylistą fryzur.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Grażyna Szapołowska - to wybitna polska aktorka filmowa i teatralna, a także reżyserka, autorka książek i wokalistka. Jest absolwentką PWST w Warszawie. Popularność i uznanie przyniosły jej role w filmach największych reżyserów polskiego i światowego kina, m. in. „Krótki film o miłości” Krzysztofa Kieślowskiego, „Pan Tadeusz” Andrzeja Wajdy, „Magnat” Filipa Bajona, „Tabu” Andrzeja Barańskiego, „Medium” Jacka Koprowicza czy „Inne spojrzenie” Károlya Makka, w których zagrała role kobiet silnych, zmysłowych i niejednoznacznych psychologicznie. Przez lata związana była z Teatrem Narodowym w Warszawie. Wyreżyserowała opery we Wrocławiu, takie jak „Traviata” i „Halka”. Jest autorką książek, w tym „Zapomniałam o Tobie”, „Ścigając pamięć”, a także nagrała płytę pt. „Kochaj mnie”. Jest laureatką wielu nagród, w tym m. in. „Orla”. Została odznaczona Krzyżem Kawalerskim Orderu Odrodzenia Polski oraz Złotym Medalem „Zasłużony Kulturze Gloria Artis”. Jej talent, charyzma, magnetyzm i elegancja sprawiły, że na stałe zapisała się w historii kinematografii, stając się ikoną polskiego kina.

Patrycja Kazadi – to wszechstronna artystka: aktorka, piosenkarka, prezenterka telewizyjna i osobowość medialna. Popularność przyniosły jej role serialowe oraz udział w programach rozrywkowych i projektach telewizyjnych, w których dała się poznać jako kobieta odważna, autentyczna i pełna energii. Od lat obecna jest zarówno na scenie muzycznej, jak i w świecie mediów, konsekwentnie budując własną markę opartą na niezależności i świadomości siebie.

Jest artystką, która otwarcie mówi o tożsamości, różnorodności i sile kobiecej ekspresji, inspirując do odwagi w wyrażaniu siebie. Łączy wrażliwość z determinacją, a sceniczne doświadczenie z głęboką refleksją nad współczesną rolą kobiety w kulturze. Jej obecność w projekcie to przestrzeń rozmowy o autentyczności, transformacji i budowaniu własnej drogi mimo społecznych oczekiwań.

Charyzma, naturalność i siła osobowości czynią ją jedną z najbardziej wyrazistych postaci młodego pokolenia polskich artystek.

Tomasz Jacyków – stylistą, krytyk mody i komentator stylu, od lat obecny w mediach jako wyrazista i bezkompromisowa osobowość. Znany z odważnych opinii oraz umiejętności dostrzegania potencjału tam, gdzie inni widzą jedynie schemat.

Przez lata współpracował z mediami, projektami telewizyjnymi i osobami publicznymi, budując swoją pozycję jako ekspert w dziedzinie wizerunku i estetyki. Jego podejście do mody wykracza poza ubranie – traktuje ją jako narzędzie komunikacji, manifest osobowości i formę psychologicznej transformacji.

W swojej pracy podkreśla, że styl zaczyna się od świadomości siebie, a prawdziwa elegancja wynika z odwagi bycia sobą. W projekcie Tryptyk Feniksa wnosi perspektywę przemiany poprzez wizerunek – pokazując, że zmiana zewnętrzna może stać się impulsem do głębokiej, wewnętrznej metamorfozy.

Jego wyrazistość, doświadczenie i intuicja czynią go prelegentem, który prowokuje do myślenia i przełamywania ograniczeń.

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 wystąpień 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.

Harmonogram usługi w dniu 16.03 jest orientacyjny z uwagi na specyfikę świadczonej usługi. E-learning nie obliuguje, aby każda z uczestniczek w tym samym czasie (czas rzeczywisty) przeszła procedurę e-learningową.

Informacje dodatkowe

Szkolenie odbędzie się stacjonarnie w terminie 13-15 marca, zaś 16 marca zaplanowano część niestacjonarną (follow-up) dla wszystkich uczestniczek. W ramach follow-upu wszystkie uczestniczki otrzymają formę e-learningową oraz test walidacyjny do wykonania online. Adres dostępu do platformy zostanie przekazany w ostatnim dniu części stacjonarnej szkolenia.

Harmonogram usługi w dniu 16.03 jest orientacyjny z uwagi na specyfikę świadczonej usługi. E-learning nie obliuguje, aby każda z uczestniczek w tym samym czasie (czas rzeczywisty) przeszła procedurę e-learningową.

Warunki techniczne

Usługa realizowana w części niestacjonarnej odbywa się za pośrednictwem platformy e-learningowej. Uczestnik powinien dysponować urządzeniem umożliwiającym udział w e-learningu (komputer stacjonarny, laptop, tablet lub smartfon) wyposażony 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 oraz adresu e-mail umożliwiającego otrzymanie zaproszenia do spotkania. Platforma zapewnia dostęp do prezentowanych treści, materiałów szkoleniowych. W ramach follow-upu wszystkie uczestniczki otrzymają formę e-learningową oraz test walidacyjny do wykonania online. Adres dostępu do platformy zostanie przekazany w ostatnim dniu części stacjonarnej szkolenia. Harmonogram usługi w dniu 16.03 jest orientacyjny z uwagi na specyfikę świadczonej usługi. E-learning nie obliuguje, aby każda z uczestniczek w tym samym czasie (czas rzeczywisty) przeszła procedurę e-learningową.

Adres

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

Usługa realizowana w formule stacjonarnej, w pomieszczeniach należących do Akademii Gawecki, 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.

Adresy:

I dzień - (8-14;19-22)Wojska Polskiego 20, Szczecin; (14-19)Bolesława Krzywoustego 34/1-2 Szczecin

II dzień - Wojska Polskiego 20, Szczecin

III dzień - Wojska Polskiego 20, Szczecin; Wały Chrobrego Szczecin

follow-up po zakończeniu części stacjonarnej realizowany będzie w formule zdalnej e-learningowej umożliwiającej dogłębną informację zwrotną, monitorowanie wdrożenia kompetencji oraz archiwizację dokumentacji potwierdzającej osiągnięcie efektów uczenia się. Follow-up stanowi integralny element usługi. Harmonogram usługi w dniu 16.03 jest orientacyjny z uwagi na specyfikę świadczonej 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