



Edu Production  
Paweł Szkudlarek

★★★★★ 5,0 / 5  
6 291 ocen

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

Numer usługi 2026/03/27/11906/3441142

📍 Koszalin  
🏠 Usługa szkoleniowa  
📄 stacjonarna  
🕒 16:00 h  
📅 13.06.2026 do 14.06.2026

4 960,00 PLN brutto  
4 960,00 PLN netto  
310,00 PLN brutto/h  
310,00 PLN netto/h  
183,33 PLN cena rynkowa ⓘ

## 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

10

### Maksymalna liczba uczestników

25

### Data zakończenia rekrutacji

12-06-2026

### 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 lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem zawierają opis efektów uczenia się?

TAK

Pytanie 2. Czy dokument lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji i zgodnie z zaplanowanymi metodami walidacji?

TAK

Pytanie 3. Czy dokument lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają 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 wzmocnienia 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 pozycji harmonogramu: 18

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>1 z 18</b> Powitanie uczestników. Wprowadzenie do szkolenia. Cele i oczekiwane efekty	Mariia-Anastasiia Oliiarnyk	13-06-2026	08:00	08:30	00:30
<b>2 z 18</b> Wprowadzenie do marki osobistej w edukacji	Mariia-Anastasiia Oliiarnyk	13-06-2026	08:30	10:00	01:30
<b>3 z 18</b> Przerwa kawowa	Mariia-Anastasiia Oliiarnyk	13-06-2026	10:00	10:15	00:15

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>4 z 18</b> Kluczowe elementy strategii marki osobistej	Mariia-Anastasiia Oliiarnyk	13-06-2026	10:15	11:45	01:30
<b>5 z 18</b> Przerwa kawowa	Mariia-Anastasiia Oliiarnyk	13-06-2026	11:45	12:00	00:15
<b>6 z 18</b> Komunikacja i budowanie wizerunku placówki (część I)	Mariia-Anastasiia Oliiarnyk	13-06-2026	12:00	13:30	01:30
<b>7 z 18</b> Przerwa obiadowa	Mariia-Anastasiia Oliiarnyk	13-06-2026	13:30	14:00	00:30
<b>8 z 18</b> Komunikacja i budowanie wizerunku placówki (część II)	Mariia-Anastasiia Oliiarnyk	13-06-2026	14:00	15:00	01:00
<b>9 z 18</b> Etyka i ochrona danych osobowych w komunikacji	Mariia-Anastasiia Oliiarnyk	13-06-2026	15:00	16:00	01:00
<b>10 z 18</b> Przypomnienie kluczowych zagadnień z pierwszego dnia	Mariia-Anastasiia Oliiarnyk	14-06-2026	08:00	08:30	00:30
<b>11 z 18</b> Strategia planowania treści zgodnie z marką osobistą eksperta a marką placówki (część I)	Mariia-Anastasiia Oliiarnyk	14-06-2026	08:30	10:00	01:30
<b>12 z 18</b> Przerwa kawowa	Mariia-Anastasiia Oliiarnyk	14-06-2026	10:00	10:15	00:15

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>13 z 18</b> Strategia planowania treści zgodnie z marką osobistą eksperta a marką placówki (część II)	Mariia-Anastasiia Oliiarnyk	14-06-2026	10:15	11:15	01:00
<b>14 z 18</b> Przerwa kawowa	Mariia-Anastasiia Oliiarnyk	14-06-2026	11:15	11:30	00:15
<b>15 z 18</b> Relacje z rodzicami i społecznością online	Mariia-Anastasiia Oliiarnyk	14-06-2026	11:30	12:30	01:00
<b>16 z 18</b> Przerwa obiadowa	Mariia-Anastasiia Oliiarnyk	14-06-2026	12:30	13:00	00:30
<b>17 z 18</b> Sesja zdjęciowa i nagrania wideo – praktyczna produkcja treści	Mariia-Anastasiia Oliiarnyk	14-06-2026	13:00	15:30	02:30
<b>18 z 18</b> Podsumowanie i test końcowy	Mariia-Anastasiia Oliiarnyk	14-06-2026	15:30	16:00	00:30

## Cennik

### Cennik

Rodzaj ceny	Cena
<b>Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto</b>	4 960,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT	
<b>Koszt przypadający na 1 uczestnika netto</b>	4 960,00 PLN
<b>Koszt osobogodziny brutto</b>	310,00 PLN
<b>Koszt osobogodziny netto</b>	310,00 PLN

# Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

## Mariia- Anastasiia Oliiarnyk

Mariia-Anastasiia Oliiarnyk – 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. Słowiańska 3  
75-846 Koszalin  
woj. zachodniopomorskie

## Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

## Kontakt



**Paweł Szkudlarek**

**E-mail** [pawel.szkudlarek@o3.edu.pl](mailto:pawel.szkudlarek@o3.edu.pl)

**Telefon** (+48) 798 752 646