



Edu Production
Paweł Szkudlarek

★★★★★ 5,0 / 5
6 430 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 2026/06/12/11906/3622679

- Koszalin
- Usługa szkoleniowa
- stacjonarna
- Zajęcia grupowe
- 16:00 h
- 04.09.2026 do 06.09.2026

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	03-09-2026
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
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. Umiejętności: Uczestnik potrafi rozpoznać kluczowe elementy strategii marki osobistej i prawidłowo dopasować je do charakteru placówki.	Uczestnik identyfikuje poprawne praktyki ochrony danych i etycznego publikowania treści. Uczestnik wskazuje poprawne elementy strategii i ich zastosowanie w praktyce zawodowej.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Umiejętności: Uczestnik potrafi zidentyfikować skuteczne strategie komunikacyjne wspierające promocję placówki i jej pozytywny odbiór w środowisku lokalnym. Kompetencje społeczne: Uczestnik rozpoznaje swoją rolę jako reprezentanta placówki i ambasadora jej wartości, zachowując profesjonalizm w codziennej pracy i social media.	Uczestnik wskazuje najlepsze sposoby komunikacji zgodnie z wartościami placówki. Uczestnik identyfikuje poprawne postawy i zachowania zgodne z etyką zawodową i wizerunkiem placówki.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie 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	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 18 Powitanie uczestników. Wprowadzenie do szkolenia. Cele i oczekiwane efekty	Zajęcia	Maria-Anastasiia Oliarnyk	04-09-2026	08:00	08:30	00:30
2 z 18 Wprowadzenie do marki osobistej w edukacji	Zajęcia	Maria-Anastasiia Oliarnyk	04-09-2026	08:30	10:00	01:30
3 z 18 -	Przerwa	-	04-09-2026	10:00	10:15	00:15

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
4 z 18 Kluczowe elementy strategii marki osobistej	Zajęcia	Mariia-Anastasiia Oliiarnyk	04-09-2026	10:15	11:45	01:30
5 z 18 -	Przerwa	-	04-09-2026	11:45	12:00	00:15
6 z 18 Komunikacja i budowanie wizerunku placówki (część I)	Zajęcia	Mariia-Anastasiia Oliiarnyk	04-09-2026	12:00	13:30	01:30
7 z 18 -	Przerwa	-	04-09-2026	13:30	14:00	00:30
8 z 18 Komunikacja i budowanie wizerunku placówki (część II)	Zajęcia	Mariia-Anastasiia Oliiarnyk	04-09-2026	14:00	15:00	01:00
9 z 18 Etyka i ochrona danych osobowych w komunikacji	Zajęcia	Mariia-Anastasiia Oliiarnyk	04-09-2026	15:00	16:00	01:00
10 z 18 Przypomnienie kluczowych zagadnień z pierwszego dnia	Zajęcia	Mariia-Anastasiia Oliiarnyk	06-09-2026	08:00	08:30	00:30
11 z 18 Strategia planowania treści zgodnie z marką osobistą eksperta a marką placówki (część I)	Zajęcia	Mariia-Anastasiia Oliiarnyk	06-09-2026	08:30	10:00	01:30
12 z 18 -	Przerwa	-	06-09-2026	10:00	10:15	00:15

Przedmiot / temat	Typ aktywności	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)	Zajęcia	Mariia-Anastasiia Oliarnyk	06-09-2026	10:15	11:15	01:00
14 z 18 -	Przerwa	-	06-09-2026	11:15	11:30	00:15
15 z 18 Relacje z rodzicami i społecznością online	Zajęcia	Mariia-Anastasiia Oliarnyk	06-09-2026	11:30	12:30	01:00
16 z 18 -	Przerwa	-	06-09-2026	12:30	13:00	00:30
17 z 18 Sesja zdjęciowa i nagrania wideo – praktyczna produkcja treści	Zajęcia	Mariia-Anastasiia Oliarnyk	06-09-2026	13:00	15:30	02:30
18 z 18 -	Walidacja	Mariia-Anastasiia Oliarnyk	06-09-2026	15:30	16:00	00:30

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	16:00
w tym suma godzin zajęć	13:30
w tym suma godzin walidacji	00:30
w tym suma przerw	02:00
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	18:30

Cennik

Cennik

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

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	16:00

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. 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

Telefon (+48) 798 752 646