



LINDA PARYS

★★★★★ 5,0 / 5
3 oceny

Profesjonalne zarządzanie marką osobistą – strategia, komunikacja i content marketing z wykorzystaniem AI oraz odpowiedzialna komunikacja środowiskowa

Numer usługi 2026/09/15/194906/3811294

- 🏠 Usługa szkoleniowa
- 📄 zdalna w czasie rzeczywistym
- 👥 Zajęcia grupowe
- 🕒 35:00 h
- 📅 11.01.2027 do 26.04.2027

8 610,00 PLN brutto
7 000,00 PLN netto
246,00 PLN brutto/h
200,00 PLN netto/h
250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Grupa docelowa usługi	Szkolenie skierowane jest do przedsiębiorców, osób samozatrudnionych oraz pracowników przedsiębiorstw odpowiedzialnych za marketing, komunikację, budowanie marki, tworzenie treści lub sprzedaż produktów i usług. Usługa przeznaczona jest w szczególności dla osób rozwijających markę osobistą lub ekspercką, które chcą zwiększyć kompetencje w zakresie strategicznej komunikacji, wykorzystania AI oraz odpowiedzialnej komunikacji środowiskowej, w tym tworzenia rzetelnych deklaracji środowiskowych, rozpoznawania ryzyka greenwashingu i uwzględniania zasad zrównoważonego rozwoju w komunikacji marki.
Minimalna liczba uczestników	2
Maksymalna liczba uczestników	10
Data zakończenia rekrutacji	10-01-2027
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Certyfikat systemu zarządzania jakością wg. ISO 9001:2015 (PN-EN ISO 9001:2015) - w zakresie usług szkoleniowych

Cel

Cel edukacyjny

Celem usługi jest przygotowanie uczestnika do samodzielnego projektowania i rozwijania marki osobistej, spójnej komunikacji i contentu oraz strategii sprzedażowej. Uczestnik wykorzystuje AI w tworzeniu treści, projektuje komunikację z uwzględnieniem zasad odpowiedzialności środowiskowej, rozpoznaje ryzyko greenwashingu, weryfikuje deklaracje środowiskowe oraz tworzy rzetelne komunikaty wspierające zrównoważony rozwój marki.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Projektuje fundamenty i pozycjonowanie marki osobistej z uwzględnieniem zasad zrównoważonego rozwoju.	Identyfikuje wartości i wyróżniki marki; formułuje USP i propozycję wartości; określa grupy odbiorców i ich potrzeby; wskazuje obszary, w których wartości środowiskowe mogą być komunikowane w sposób zgodny z rzeczywistymi działaniami marki.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Projektuje spójny system komunikacji marki osobistej w różnych punktach styku z odbiorcą.	Identyfikuje punkty styku klienta z marką; dobiera kanały do celów i grup odbiorców; określa funkcję poszczególnych kanałów; projektuje spójną komunikację omnichannel.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Projektuje efektywny system tworzenia i ponownego wykorzystania treści.	Określa filary komunikacji; tworzy bank tematów; dobiera formaty do celów komunikacyjnych; przekształca jeden materiał do wykorzystania w różnych kanałach; planuje recycling contentu ograniczający konieczność tworzenia zbędnych materiałów od podstaw.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Wykorzystuje narzędzia AI do wspierania tworzenia i optymalizacji treści marki.	Formułuje polecenia dla narzędzia AI; wykorzystuje AI do opracowania wariantów treści; ocenia zgodność wygenerowanego materiału z założeniami marki; weryfikuje i modyfikuje treść przed publikacją; identyfikuje ograniczenia wykorzystania AI.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Tworzy odpowiedzialną komunikację środowiskową marki i rozpoznaje ryzyko greenwashingu.	Rozróżnia rzetelną deklarację środowiskową od komunikatu mogącego wprowadzać odbiorcę w błąd; identyfikuje ryzyko greenwashingu; wskazuje informacje wymagające potwierdzenia przed publikacją; formułuje komunikaty środowiskowe oparte na możliwych do zweryfikowania informacjach; koryguje komunikaty zawierające nieuzasadnione deklaracje środowiskowe.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Projektuje język i content marki z uwzględnieniem zasad odpowiedzialnej komunikacji.	Definiuje tone of voice; dopasowuje język do grupy odbiorców; tworzy opis marki; projektuje karuzelę, Reels lub Stories; stosuje storytelling i CTA; uwzględnia zasady rzetelnej komunikacji dotyczącej aspektów środowiskowych.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Projektuje system komunikacji marki osobistej na Instagramie.	Dobiera formaty do celów komunikacyjnych; planuje wykorzystanie postów, karuzel, Reels i Stories; opracowuje plan publikacji; wykorzystuje istniejące treści do tworzenia kolejnych formatów; zachowuje spójność komunikacji marki.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Projektuje i przygotowuje krótkie materiały video do komunikacji marki.	Opracowuje strukturę scenariusza; tworzy hook, rozwinięcie i CTA; wykorzystuje storytelling; planuje niezbędne ujęcia; dobiera sposób realizacji materiału do kanału i celu komunikacyjnego.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Projektuje strategię sprzedaży produktu lub usługi z uwzględnieniem odpowiedzialnej komunikacji marketingowej.	Określa propozycję wartości; identyfikuje grupę docelową oferty; projektuje etapy procesu sprzedażowego i podstawowy lejek; dobiera działania promocyjne; rozróżnia uzasadnione informacje o aspektach środowiskowych oferty od deklaracji, których marka nie może potwierdzić.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji lub wyrażnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem zawierają opis efektów uczenia się?

TAK

Pytanie 2. Czy dokument lub wyrażnie 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 wyrażnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

Program

Moduł 1. Meaningful Branding i fundamenty odpowiedzialnej marki osobistej – 6 h

1. Meaningful Branding i wartości marki – 2 h

- marka osobista jako narzędzie realizacji celów zawodowych i biznesowych,
- meaningful branding – marka oparta na znaczeniu i wartościach,
- wartości osobiste i biznesowe a wartości marki,
- zasady zrównoważonego rozwoju w budowaniu marki,
- odpowiedzialność środowiskowa jako element strategii komunikacyjnej,
- identyfikacja fundamentów własnej marki.

2. Unikatowe „dlaczego”, USP i propozycja wartości – 2 h

- doświadczenie i kompetencje jako źródła wyróżników,
- identyfikacja przewagi marki,
- formułowanie USP i propozycji wartości,
- uwzględnianie aspektów środowiskowych w propozycji wartości,
- odróżnianie rzeczywistych działań środowiskowych od deklaracji marketingowych,
- wykorzystanie fundamentów marki w storytellingu.

3. Unique Brand Vibe i odpowiedzialny storytelling – 2 h

- charakter i wyróżniki marki,
- Unique Brand Vibe,
- autentyczność i wiarygodność komunikacji,
- odpowiedzialne komunikowanie wartości i działań środowiskowych,
- podstawy storytellingu marki,
- warsztat projektowania fundamentów własnej marki.

Moduł 2. Pozycjonowanie, odbiorcy i odpowiedzialna komunikacja – 4 h

4. Niszowanie i pozycjonowanie – 2 h

- nisza a pozycjonowanie,
- analiza rynku i otoczenia konkurencyjnego,
- identyfikacja przestrzeni do wyróżnienia marki,
- pozycjonowanie oparte na rzeczywistych wartościach i działaniach,
- ryzyka wykorzystywania niepotwierdzonych deklaracji środowiskowych,
- formułowanie pozycjonowania marki.

5. Grupy odbiorców i kąty marketingowe – 2 h

- identyfikacja grup odbiorców,
- potrzeby, problemy, bariery i motywacje,
- język odbiorców,
- kąty marketingowe,
- odpowiedzialne wykorzystywanie argumentów środowiskowych w komunikacji,
- przełożenie potrzeb odbiorców na komunikację.

Moduł 3. Punkty styku z klientem i omnichannel – 2 h

6. Ekosystem komunikacji marki – 2 h

- ścieżka odbiorcy i punkty styku z marką,
- social media, strona internetowa, newsletter i działania bezpośrednie,
- funkcje poszczególnych kanałów,
- omnichannel,
- spójność deklaracji i informacji środowiskowych w różnych kanałach,
- projektowanie spójnego doświadczenia marki.

Moduł 4. Content marketing, efektywne wykorzystanie treści i AI – 4 h

7. Projektowanie systemu treści – 2 h

- filary komunikacji,
- treści eksperckie, wizerunkowe, relacyjne i sprzedażowe,
- bank tematów,
- dobór treści do celu komunikacyjnego,
- wykorzystanie AI do generowania pomysłów i wariantów treści,
- ocena i modyfikacja treści wygenerowanych przez AI.

8. Recycling i optymalizacja procesu tworzenia treści – 2 h

- wykorzystanie jednego materiału w wielu kanałach,
- przekształcanie formatów i evergreen content,
- serie komunikacyjne,
- recycling contentu,
- ograniczanie zbędnego powielania i produkcji materiałów,
- wykorzystanie AI do adaptacji istniejących treści,
- projektowanie efektywnego systemu produkcji contentu.

Moduł 5. Tone of Voice, greenwashing i odpowiedzialna komunikacja środowiskowa – 2 h

9. Język marki i rzetelne deklaracje środowiskowe – 2 h

- tone of voice i język marki,
- zasady odpowiedzialnej komunikacji środowiskowej,
- czym jest greenwashing i jak rozpoznawać jego ryzyko,
- ogólne, nieprecyzyjne i nieuzasadnione deklaracje środowiskowe,
- weryfikowanie podstaw komunikatu przed jego publikacją,
- formułowanie rzetelnych i możliwych do uzasadnienia komunikatów,
- analiza i korekta przykładowych komunikatów środowiskowych.

Moduł 6. Instagram – formaty i plan odpowiedzialnej komunikacji – 4 h

10. Instagram jako element systemu komunikacji – 2 h

- posty, karuzele, Reels i Stories,
- format a cel komunikacyjny,
- dobór formatów do marki i odbiorcy,
- komunikowanie wartości i działań środowiskowych w social media,
- identyfikacja ryzyka greenwashingu w treściach publikowanych w social media.

11. Plan komunikacji – 2 h

- cele komunikacji,
- łączenie filarów z formatami,
- serie contentowe i regularność,
- planowanie publikacji,
- ponowne wykorzystywanie istniejących materiałów,
- projektowanie planu komunikacji marki.

Moduł 7. Tworzenie contentu z wykorzystaniem AI – 4 h

12. Karuzele i treści statyczne – 2 h

- konstrukcja karuzeli, hook, storytelling i CTA,
- wykorzystanie AI do tworzenia i rozwijania treści,
- weryfikacja treści wygenerowanych przez AI,
- dostosowywanie komunikatów do tone of voice,
- warsztat przygotowania własnej karuzeli.

13. Reels i Stories – 2 h

- treści edukacyjne, eksperckie, relacyjne i sprzedażowe,
- projektowanie sekwencji Stories,
- wykorzystanie AI do przygotowania koncepcji treści,

- odpowiedzialne formułowanie komunikatów środowiskowych,
- warsztat przygotowania Reels i Stories.

Moduł 8. Video i odpowiedzialna produkcja contentu – 4 h

14. Scenariusze krótkich materiałów video – 2 h

- cel materiału, hook, storytelling, rozwinięcie i CTA,
- wykorzystanie AI w projektowaniu scenariuszy,
- weryfikacja poprawności komunikatów,
- przygotowanie własnego scenariusza Reels.

15. Efektywne tworzenie contentu wizualnego – 2 h

- planowanie ujęć, kadrowanie, światło i dźwięk,
- nagrywanie smartfonem i B-roll,
- organizacja materiałów,
- ponowne wykorzystywanie materiałów wizualnych,
- planowanie produkcji ograniczającej zbędne tworzenie kolejnych materiałów od podstaw.

Moduł 9. Strategia sprzedażowa i odpowiedzialny marketing – 4 h

16. Produkt, propozycja wartości i proces sprzedaży – 2 h

- produkt i usługa w ekosystemie marki,
- potrzeba klienta a propozycja produktu,
- customer journey i etapy lejka,
- wykorzystanie aspektów środowiskowych w propozycji wartości wyłącznie w zakresie możliwym do uzasadnienia,
- identyfikowanie ryzyka wprowadzających w błąd deklaracji środowiskowych.

17. Plan wdrażania sprzedaży – 2 h

- cele i działania sprzedażowe,
- budowanie zainteresowania ofertą,
- działania promocyjne,
- wykorzystanie contentu w sprzedaży,
- odpowiedzialna komunikacja marketingowa,
- projektowanie podstawowego lejka i planu kampanii,
- przygotowanie indywidualnego planu wdrożenia.

Walidacja efektów uczenia się – 1 h

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 21

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 21 Meaningful Branding – wartości marki i odpowiedzialność środowiskowa	Zajęcia	Linda Parys	11-01-2027	17:00	18:55	01:55

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
2 z 21 Unikatowe „dlaczego”, USP i odpowiedzial na propozycja wartości	Zajęcia	Linda Parys	18-01-2027	17:00	18:55	01:55
3 z 21 Unique Brand Vibe i odpowiedzialny storytelling marki	Zajęcia	Linda Parys	25-01-2027	17:00	18:55	01:55
4 z 21 Niszowanie i pozycjonowanie odpowiedzialnej marki osobistej	Zajęcia	Linda Parys	01-02-2027	17:00	18:55	01:55
5 z 21 Grupy odbiorców i odpowiedzialne kąty marketingowe	Zajęcia	Linda Parys	08-02-2027	17:00	18:55	01:55
6 z 21 Punkty styku z klientem i spójna komunikacja omnichannel	Zajęcia	Linda Parys	11-02-2027	17:00	18:55	01:55
7 z 21 System treści i wykorzystanie AI w content marketingu	Zajęcia	Linda Parys	15-02-2027	17:00	18:55	01:55
8 z 21 Recycling i optymalizacja procesu tworzenia contentu	Zajęcia	Linda Parys	22-02-2027	17:00	18:55	01:55

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
9 z 21 Greenwashing i odpowiedzialna komunikacja środowiskowa	Zajęcia	Linda Parys	08-03-2027	17:00	18:55	01:55
10 z 21 Instagram – formaty i odpowiedzialna komunikacja marki	Zajęcia	Linda Parys	11-03-2027	17:00	18:55	01:55
11 z 21 Planowanie komunikacji i efektywne wykorzystanie contentu	Zajęcia	Linda Parys	15-03-2027	17:00	18:55	01:55
12 z 21 Tworzenie karuzel i treści statycznych z wykorzystaniem AI	Zajęcia	Linda Parys	22-03-2027	17:00	18:55	01:55
13 z 21 Reels i Stories – AI i odpowiedzialna komunikacja	Zajęcia	Linda Parys	01-04-2027	17:00	18:55	01:55
14 z 21 Scenariusze video i wykorzystanie AI w tworzeniu treści	Zajęcia	Linda Parys	05-04-2027	17:00	18:55	01:55
15 z 21 Efektywne i odpowiedzialne tworzenie contentu wizualnego	Zajęcia	Linda Parys	12-04-2027	17:00	18:55	01:55

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
16 z 21 Produkt, propozycja wartości i odpowiedzialny proces sprzedaży	Zajęcia	Linda Parys	15-04-2027	17:00	19:00	02:00
17 z 21 -	Przerwa	-	15-04-2027	19:00	19:15	00:15
18 z 21 Produkt, propozycja wartości i odpowiedzialny proces sprzedaży	Zajęcia	Linda Parys	15-04-2027	19:15	20:15	01:00
19 z 21 Strategia sprzedażowa i odpowiedzialna komunikacja marketingowa	Zajęcia	Linda Parys	26-04-2027	17:00	19:15	02:15
20 z 21 -	Przerwa	-	26-04-2027	19:15	19:30	00:15
21 z 21 -	Walidacja	Linda Parys	26-04-2027	19:30	20:00	00:30

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	35:00
w tym suma godzin zajęć	34:00
w tym suma godzin walidacji	00:30
w tym suma przerw	00:30
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	46:00

Cennik

Jeżeli korzystasz z dofinansowania i usługa stanowi usługę kształcenia zawodowego lub przekwalifikowania zawodowego wraz z usługą lub dostawą towarów ściśle związaną z usługami kształcenia zawodowego lub

przekwalifikowania zawodowego to możesz mieć możliwość skorzystania za zwolnienia z podatku VAT na podstawie art. 43 ust. 1 pkt 29 lit. c ustawy z dnia 11 marca 2024 r. o podatku od towarów i usług, jeśli usługa w całości jest finansowana ze środków publicznych lub § 3 ust. 1 pkt 14 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20 grudnia 2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień w przypadku, gdy usługa jest finansowana w co najmniej 70% ze środków publicznych.

Cennik

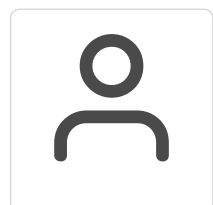
Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	8 610,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	7 000,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	246,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	200,00 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	35:00

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Linda Parys

Trenerka kreatywności, strażka marek, brand coach oraz facylitatorka LEGO® Serious Play® i journalingu. Specjalizuje się w obszarze rozwoju kompetencji przyszłości, budowania marek osobistych i firmowych, komunikacji, kreatywności oraz zarządzania zmianą.

W ostatnich 5 latach prowadziła liczne szkolenia, warsztaty, wykłady oraz sesje indywidualne dla przedsiębiorców, liderów i zespołów z zakresu strategii marki, komunikacji, social mediów, rozwoju osobistego oraz budowania widoczności marek. Od 7 lat prowadzi własną agencję kreatywną, wspierając firmy i przedsiębiorców w rozwijaniu kompetencji zawodowych, komunikacyjnych i biznesowych.

W pracy szkoleniowej wykorzystuje m.in. narzędzia LEGO® Serious Play®, MINDSONAR®, TOP360, Podróż Bohatera®, vision board oraz journaling. W 2025 roku zrealizowała projekt Creative Mindset Report dotyczący sprawczości i rozwoju zawodowego przedsiębiorców, prowadząc warsztat dla ponad 80 uczestników.

Posiada kwalifikacje potwierdzone ukończeniem studiów i programów rozwojowych, m.in. na

Akademii Sztuk Pięknych we Wrocławiu, School of Form w Poznaniu (Zarządzanie Innowacją i Designem), GWSH w Katowicach (Fotografia w Terapii i Rozwoju Osobistym) oraz WSAiB w Gdyni (Brainologia i Zarządzanie Dobrostanem). Posiada akredytację coachingową International Coaching Community oraz ukończyła Creativity Workshop w Nowym Jorku.

Od 2017 roku pełni rolę mentorki w programie Biura Karier Uniwersytetu Wrocławskiego.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymają materiały wspierające praktyczne wykorzystanie zdobytych kompetencji, w tym arkusze do projektowania fundamentów i pozycjonowania marki, analizy grup odbiorców, planowania komunikacji i contentu, szablony tworzenia karuzel, Stories i scenariuszy Reels oraz materiały do planowania działań sprzedażowych.

Materiały zostaną uzupełnione o arkusz wykorzystania AI w tworzeniu i optymalizacji treści, checklistę weryfikacji treści generowanych przez AI, materiał dotyczący zasad odpowiedzialnej komunikacji środowiskowej, checklistę identyfikacji ryzyka greenwashingu oraz arkusz weryfikacji deklaracji środowiskowych. Materiały będą przekazywane uczestnikom w formie elektronicznej.

Warunki uczestnictwa

Uczestnik powinien być przedsiębiorcą, osobą samozatrudnioną lub pracownikiem przedsiębiorstwa i wykorzystywać albo planować wykorzystywać markę osobistą w działalności zawodowej. Powinien posiadać podstawową umiejętność obsługi komputera i Internetu. Ze względu na realizację usługi w formie zdalnej w czasie rzeczywistym wymagany jest komputer z dostępem do Internetu, kamerą i mikrofonem. Nie jest wymagane wcześniejsze doświadczenie w zakresie branding, AI ani odpowiedzialnej komunikacji środowiskowej.

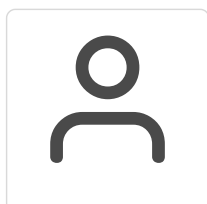
Informacje dodatkowe

Usługa realizowana jest w formie zdalnej w czasie rzeczywistym. Ma charakter praktyczny i obejmuje pracę na przykładach oraz materiałach przygotowywanych przez uczestników. Program uwzględnia rozwój kompetencji związanych z odpowiedzialną komunikacją środowiskową, rozpoznawaniem ryzyka greenwashingu, weryfikacją deklaracji środowiskowych, efektywnym wykorzystaniem i recyklingiem treści oraz wykorzystaniem AI w procesie tworzenia contentu. Walidację efektów uczenia się przeprowadza osoba inna niż trener prowadzący szkolenie.

Warunki techniczne

Usługa będzie realizowana **zdalnie w czasie rzeczywistym za pośrednictwem Google Meet**. Uczestnik powinien posiadać komputer lub laptop z dostępem do Internetu, kamerą, mikrofonem i głośnikami/słuchawkami oraz aktualną przeglądarką internetową. Wymagane jest stabilne łącze internetowe umożliwiające udział w spotkaniu audio-video, rekomendowane min. **5 Mb/s pobierania i 2 Mb/s wysyłania**. Materiały będą przekazywane w formie elektronicznej. Do ich otwierania wymagane jest oprogramowanie umożliwiające obsługę plików PDF oraz standardowych plików tekstowych i prezentacyjnych.

Kontakt



LINDA PARYS

E-mail hello@lindaparys.pl

Telefon (+48) 505 999 335