



Edu Production  
Paweł Szkudlarek



## Marka osobista w edukacji: profesjonalny wizerunek i komunikacja dla pracowników placówek opiekuńczo-wychowawczych

Numer usługi 2025/03/18/11906/2631561

📍 Goleniów / stacjonarna

📄 Usługa szkoleniowa

🕒 16 h

📅 26.04.2025 do 27.04.2025

2 700,00 PLN brutto

2 700,00 PLN netto

168,75 PLN brutto/h

168,75 PLN netto/h

## Informacje podstawowe

<b>Kategoria</b>	Biznes / Marketing
<b>Sposób dofinansowania</b>	wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
<b>Grupa docelowa usługi</b>	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
<b>Minimalna liczba uczestników</b>	5
<b>Maksymalna liczba uczestników</b>	20
<b>Data zakończenia rekrutacji</b>	25-04-2025
<b>Forma prowadzenia usługi</b>	stacjonarna
<b>Liczba godzin usługi</b>	16
<b>Podstawa uzyskania wpisu do BUR</b>	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 wzmocnienia 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  Wiedza: Uczestnik zna przepisy dotyczące ochrony danych osobowych i zasady etycznego publikowania treści, w szczególności w odniesieniu do wizerunku dzieci.	Uczestnik rozpoznaje poprawne strategie komunikacji w mediach społecznościowych i w pracy z rodzicami.  Uczestnik identyfikuje poprawne praktyki ochrony danych i etycznego publikowania treści.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie  Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Umiejętności: Uczestnik potrafi rozpoznać kluczowe elementy strategii marki osobistej i prawidłowo dopasować je do charakteru placówki.  Umiejętności: Uczestnik potrafi zidentyfikować skuteczne strategie komunikacyjne wspierające promocję placówki i jej pozytywny odbiór w środowisku lokalnym.	Uczestnik wskazuje poprawne elementy strategii i ich zastosowanie w praktyce zawodowej.  Uczestnik wskazuje najlepsze sposoby komunikacji zgodnie z wartościami placówki.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie  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?

Dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji zawiera szczegółowy opis efektów uczenia się, w tym wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych, które uczestnik nabył w wyniku szkolenia.

### Pytanie 2. Czy dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji?

Dokument potwierdza, że walidacja efektów uczenia się została przeprowadzona zgodnie z wcześniej określonymi kryteriami weryfikacji, które jednoznacznie wskazują, czy uczestnik osiągnął zakładane cele edukacyjne.

### Pytanie 3. Czy dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

Proces walidacji został przeprowadzony niezależnie od procesu kształcenia, co potwierdza rozdzielenie tych funkcji. Walidacja zostanie przeprowadzona za pomocą testu teoretycznego z wynikiem generowanym automatycznie.

# 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: Tworzenie skutecznych treści komunikacyjnych

### Zakres:

- Zasady estetyki w komunikacji wizualnej.
- Najlepsze praktyki publikowania treści w social media.
- Realizacja nagrań i sesji zdjęciowej dla treści komunikacyjnych.

**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
<b>1 z 18</b> Powitanie uczestników. Wprowadzenie do szkolenia. Cele i oczekiwane efekty.	Mariia-Anastasiia Oliiarnyk	26-04-2025	08:00	08:30	00:30
<b>2 z 18</b> Wprowadzenie do marki osobistej w edukacji	Mariia-Anastasiia Oliiarnyk	26-04-2025	08:30	10:00	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
3 z 18 Przerwa kawowa	Mariia-Anastasiia Oliiarnyk	26-04-2025	10:00	10:15	00:15
4 z 18 Przerwa kawowa	Mariia-Anastasiia Oliiarnyk	26-04-2025	10:00	10:15	00:15
5 z 18 Kluczowe elementy strategii marki osobistej	Mariia-Anastasiia Oliiarnyk	26-04-2025	10:15	11:45	01:30
6 z 18 Przerwa kawowa	Mariia-Anastasiia Oliiarnyk	26-04-2025	11:45	12:00	00:15
7 z 18 Komunikacja i budowanie wizerunku placówki (część I)	Mariia-Anastasiia Oliiarnyk	26-04-2025	12:00	13:30	01:30
8 z 18 Przerwa obiadowa	Mariia-Anastasiia Oliiarnyk	26-04-2025	13:30	14:00	00:30
9 z 18 Komunikacja i budowanie wizerunku placówki (część II)	Mariia-Anastasiia Oliiarnyk	26-04-2025	14:00	15:00	01:00
10 z 18 Etyka i ochrona danych osobowych w komunikacji	Mariia-Anastasiia Oliiarnyk	26-04-2025	15:00	16:00	01:00
11 z 18 Przypomnienie kluczowych zagadnień z pierwszego dnia	Mariia-Anastasiia Oliiarnyk	27-04-2025	08:00	08:30	00:30
12 z 18 Strategia planowania treści zgodnie z marką osobistą eksperta a marką placówki (część I)	Mariia-Anastasiia Oliiarnyk	27-04-2025	08:30	10:00	01:30

Przedmiot / temat zajęć	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	27-04-2025	10:15	11:45	01:30
<b>14 z 18</b> Przerwa kawowa	Mariia-Anastasiia Oliiarnyk	27-04-2025	11:45	12:00	00:15
<b>15 z 18</b> Relacje z rodzicami i społecznością online	Mariia-Anastasiia Oliiarnyk	27-04-2025	12:00	13:30	01:30
<b>16 z 18</b> Przerwa obiadowa	Mariia-Anastasiia Oliiarnyk	27-04-2025	13:30	14:00	00:30
<b>17 z 18</b> Tworzenie skutecznych treści komunikacyjnych	Mariia-Anastasiia Oliiarnyk	27-04-2025	14:00	15:30	01:30
<b>18 z 18</b> Podsumowanie i test końcowy	Mariia-Anastasiia Oliiarnyk	27-04-2025	15:30	16:00	00:30

## Cennik

### Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	2 700,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	2 700,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	168,75 PLN
Koszt osobogodziny netto	168,75 PLN

# Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

## Maria- Anastasiia Oliarnyk

Maria-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. Juliusza Słowackiego 1-1b

72-100 Goleniów

woj. zachodniopomorskie

Niepubliczny Żłobek Akademia Malucha Justyna Zygmalska

## 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