



AKADEMIA  
KRYSZTIAN  
GAWĘCKI

★★★★★ 5,0 / 5

897 ocen

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

Numer usługi 2025/11/21/50052/3163866

📍 Szczecin / mieszana (stacjonarna połączona z usługą zdalną w czasie rzeczywistym)

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 36 h

📅 16.01.2026 do 25.01.2026

9 971,90 PLN brutto

9 971,90 PLN netto

277,00 PLN brutto/h

277,00 PLN netto/h

## Informacje podstawowe

### Kategoria

Zdrowie i medycyna / Psychologia i rozwój osobisty

### Identyfikatory projektów

Regionalny Fundusz Szkoleniowy II

### Grupa docelowa usługi

Uczestnicy projektu to osoby aktywne zawodowo, w tym pracownicy oraz 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 social mediach.

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

### Minimalna liczba uczestników

10

### Maksymalna liczba uczestników

25

### Data zakończenia rekrutacji

18-12-2025

### Forma prowadzenia usługi

mieszana (stacjonarna połączona z usługą zdalną w czasie rzeczywistym)

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

Efektom 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 wzmocniana 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 częściowych 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*

- 9:00–9:30 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.

- 9:30–14:00 Warsztat psychologiczny prowadzony przez psycholog mgr inż. Bernadettę Kowalczyk: diagnoza schematów funkcjonowania zawodowego i wzorców komunikacyjnych. Konfrontacja z automatycznymi przekonaniami, 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.

- 14:30–17:30 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 oswajania emocji w bezpiecznych warunkach. Wzmocnienie kompetencji autoprezentacyjnych, odwagi w ekspozycji oraz gotowości do działania w sytuacjach publicznych oraz pracy z autoprezentacją w social mediach.

- 18:00–23:30 – Warsztat psychologiczny: tożsamość marki, archetyp i spójność wizerunku przedsiębiorstwa

(blok procesowy –moderowany przez psycholog mgr inż. Bernadettę Kowalczyk)

Blok poświęcony jest wypracowaniu 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, pod kierunkiem psychologa, 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 (kolor, kształt, faktura, zapach, smak) 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 uczestnikom 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, pielęgnacji) ma charakter empirycznych przykładów rynkowych – 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.

Efektom 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.

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

• 10:00–11:00 Trening uważności (mindfulness) i regulacji emocjonalnej (prowadzony przez psycholog mgr inż. Bernadettę Kowalczyk): 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.

• 11:00–18:00 Warsztat psychologiczny (prowadzony przez psycholog mgr inż. Bernadettę Kowalczyk):

### "wizerunek, archetyp marki i komunikacja rynkowa przedsiębiorstwa"

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

Prowadzenie: mgr inż. Bernadetta Kowalczyk – psycholog

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

Prowadzenie procesu: psycholog

Udział ekspertów: Robert Kielb, Konrad Bikowski – case studies

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.

Robert Kielb i Konrad Bikowski występują jako empiryczne przykłady rynkowe – prezentują własne doświadczenia zawodowe, decyzje i konsekwencje wizerunkowe w realnym świecie biznesu. Ich wypowiedzi stanowią materiał do analizy psychologicznej. Psycholog moderuje proces, tłumacząc 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"

Prowadzenie: psycholog

Wsparcie empiryczne: Robert Kiełb, Konrad Bikowski

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.

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

10:00 - 21:00

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

- Profesjonalne sesje zdjęciowe w studiach fotograficznych jako narzędzie utrwalające: spójność przekazu, pewność w ekspozycji społecznej, redukcja lęku przed oceną oraz trening funkcjonowania „przed kamerą/obiektywem” w warunkach kontrolowanych.
- Finałowa ekspresja ruchowa jako domknięcie procesu zmiany: integracja doświadczeń, wzmacnianie zasobów, symboliczne potwierdzenie nowej narracji o sobie oraz nagranie materiału (element utrwalający i motywujący do dalszych działań wizerunkowych).

Podsumowanie i utrwalenie efektów rozwojowych oraz ich transfer do komunikacji zawodowej.

Dzień IV – FOLLOW-UP (utrwalenie, autoewaluacja, transfer do praktyki zawodowej)

Pogłębione spotkanie integrujące doświadczenia z usługi, prowadzone przez psychologa, ukierunkowane na: autoewaluację zmian, weryfikację wdrożeń, doprecyzowanie indywidualnych dalszych kroków rozwojowych oraz transfer narzędzi do codziennej praktyki zawodowej. Elementem spotkania jest analiza funkcjonowania w środowisku zawodowym i cyfrowym (spójność przekazu, konsekwencja komunikacyjna, redukcja unikania ekspozycji) oraz plan utrwalenia efektów w perspektywie 3–6 msc.

# Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 9

| Przedmiot /<br>temat zajęć                                                                                                                       | Prowadzący              | Data realizacji<br>zajęć | Godzina<br>rozpoczęcia | Godzina<br>zakończenia | Liczba godzin | Forma<br>stacjonarna |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|--------------------------|------------------------|------------------------|---------------|----------------------|
| <b>1 z 9</b> 9:00–<br>9:30 Otwarcie<br>procesu,<br>kontrakt<br>psychologiczn<br>y i<br>bezpieczeńst<br>wo pracy<br>grupowej.                     | Bernadetta<br>Kowalczyk | 16-01-2026               | 09:00                  | 09:30                  | 00:30         | Tak                  |
| <b>2 z 9</b> Warsztat<br>psychologiczn<br>y: diagnoza<br>schematów<br>funkcjonowan<br>ia<br>zawodowego i<br>wzorców<br>komunikacyjn<br>ych.      | Bernadetta<br>Kowalczyk | 16-01-2026               | 09:30                  | 14:00                  | 04:30         | Tak                  |
| <b>3 z 9</b> Trening<br>ekspresji<br>emocjonalnej,<br>komunikacji<br>niewerbalnej<br>oraz<br>mindfulness.                                        | Bernadetta<br>Kowalczyk | 16-01-2026               | 14:30                  | 18:00                  | 03:30         | Tak                  |
| <b>4 z 9</b> Warsztat<br>psychologiczn<br>y: tożsamość<br>marki i jej<br>zmiana,<br>archetyp i<br>spójność<br>wizerunku<br>przedsiębiorst<br>wa. | Bernadetta<br>Kowalczyk | 16-01-2026               | 18:00                  | 23:59                  | 05:59         | Tak                  |
| <b>5 z 9</b> Trening<br>uważności<br>(mindfulness)<br>i regulacji<br>emocjonalnej.<br>Praca z<br>technikami<br>gruntującymi.                     | Bernadetta<br>Kowalczyk | 17-01-2026               | 10:00                  | 11:00                  | 01:00         | Tak                  |

| Przedmiot /<br>temat zajęć                                                                                                                                                                                                                                         | Prowadzący              | Data realizacji<br>zajęć | Godzina<br>rozpoczęcia | Godzina<br>zakończenia | Liczba godzin | Forma<br>stacjonarna |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|--------------------------|------------------------|------------------------|---------------|----------------------|
| <b>6 z 9</b> Warsztat<br>psychologiczn<br>y: wizerunek,<br>archetyp<br>marki i<br>komunikacja<br>rynkowa<br>przedsiębiorst<br>wa zgodnie z<br>trendami                                                                                                             | Bernadetta<br>Kowalczyk | 17-01-2026               | 11:00                  | 18:00                  | 07:00         | Tak                  |
| <b>7 z 9</b> Utrwalenie<br>efektów,<br>ekspozycja<br>wizerunkowa i<br>symboliczne<br>domknięcie<br>procesu.                                                                                                                                                        | Bernadetta<br>Kowalczyk | 18-01-2026               | 10:00                  | 21:00                  | 11:00         | Tak                  |
| <b>8 z 9</b> Follow<br>UP - pogł.<br>spotkanie<br>integrujące<br>dośw. z<br>usługi,<br>ukierunkowan<br>e na utrwal<br>efektów<br>rozwojowych,<br>transfer<br>narzędzi do<br>codziennej<br>praktyki oraz<br>doprecyzowa<br>nie dalszych<br>działań<br>uczestniczek. | Bernadetta<br>Kowalczyk | 25-01-2026               | 19:30                  | 21:00                  | 01:30         | Nie                  |
| <b>9 z 9</b> Walidacja<br>usługi<br>szkoleniowej                                                                                                                                                                                                                   | -                       | 25-01-2026               | 21:00                  | 22:00                  | 01:00         | Nie                  |

## Cennik

### Cennik

| Rodzaj ceny                               | Cena         |
|-------------------------------------------|--------------|
| Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto | 9 971,90 PLN |

|                                          |              |
|------------------------------------------|--------------|
| Koszt przypadający na 1 uczestnika netto | 9 971,90 PLN |
| Koszt osobogodziny brutto                | 277,00 PLN   |
| Koszt osobogodziny netto                 | 277,00 PLN   |

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

### 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.

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Zaproszeni eksperci:

Magdalena Błażkowska - Doświadczona stylistka fryzur i designer sztuki fryzjerskiej. Lider przekazujący wiedzę innym. Kreuje nowe możliwości oraz doświadczenie w dziedzinie profesjonalnego fryzjerstwa. Przez wiele lat należała do Elitarnego Stowarzyszenia Artystów Fryzjerów „Intercoiffure” z siedzibą w Paryżu. Przez wiele lat była instruktorem - trenerem w najbardziej prestiżowej Akademii Stylizacji Babicz & Babicz z siedzibą w Krakowie. Współpracując z Akademią od jej powstania, brata udział w wielu pokazach sztuki fryzjerskiej między innymi w Paryżu, Londynie, Berlinie, Mediolanie, Warszawie, Poznaniu oraz Krakowie. Brata udział również w pokazach mody znanych projektantów takich jak Plich i Maciej Zien. Swoje kwalifikacje podnosi w wielu akademiach na świecie między innymi w Vidal Sassoon, Toni&Guy, Sanrizz, oraz Academie Aleksandre de Paris.

Małgorzata Pierkowska - Małgorzata Pierkowska jest doświadczoną aktorką teatralną, filmową i telewizyjną, od lat funkcjonującą w środowisku wysokiej ekspozycji społecznej, presji oceny oraz pracy „na żywo” i „przed kamerą”. Jej udział w projekcie pełni rolę empirycznego modelu odniesienia (modeling) dla uczestniczek, ilustrującego praktyczne zastosowanie mechanizmów psychologicznych

związanych z autoprezentacją, regulacją emocji, komunikacją niewerbalną oraz funkcjonowaniem w sytuacjach wymagających obecności, koncentracji i spójności przekazu. W ramach programu Małgorzata Pieńkowska uczestniczy w blokach poświęconych pracy z ciałem, postawą, oddechem i ekspresją jako narzędziami regulacji psychofizycznej oraz komunikacji społecznej. Jej doświadczenie sceniczne i medialne stanowi materiał empiryczny do analizy psychologicznej, wykorzystywany w pracy warsztatowej prowadzonej przez psychologa. Przykłady z praktyki aktorskiej pozwalają uczestniczkom lepiej zrozumieć mechanizmy radzenia sobie z napięciem, treścią, oceną społeczną oraz budowaniem wiarygodności w sytuacjach publicznych i zawodowych. Rola Małgorzaty Pieńkowskiej w projekcie ma charakter wspierający i ilustracyjny – nie polega na prowadzeniu procesu rozwojowego, lecz na dzieleniu się doświadczeniem zawodowym oraz uczestnictwie w ćwiczeniach, które są następnie interpretowane i integrowane z procesem psychologicznym przez prowadzącą usługę. Dzięki temu uczestniczki mogą obserwować, jak strategie regulacji emocji, pracy z ciałem i obecnością

Olga Majrowska - Fotografka, malarka, kreatorka. Od ponad 20 lat z pasją fotografuje ludzi z pierwszych stron gazet, ludzi świata biznesu, polityki, kultury. Odkrywa w ludziach to co piękne, ale ukryte. Podchodzi kreatywnie do rozwiązywania potrzeb bohaterów zdjęć. Sztuka towarzyszy jej od wczesnych lat dzieciństwa. Ukończyła szkołę muzyczną 1 st. im. Zarębskiego w Warszawie, Państwowe Liceum Sztuk Plastycznych im. W. Gersona w Warszawie. Studiowała grafikę na ASP w Warszawie oraz ukończyła Fotografię na PWSFiT w Łodzi. Jej zdjęcia miały publikacje w: Viva!, Grazia, Twój Styl, Glamour Gala, Uroda Życia. Zrealizowała reklamy: Orange, Perfect, Itaka, Electrolux, Kenwood, wyd. Znak, wyd. Folia, wyd. Poznańskie. Jej słynne powiedzenie: 'Fotografia dla mnie to zapamiętywanie ludzi w ich pięknym czasie, który tak bardzo chcemy dla siebie zatrzymać'

Robert Kielb - Stylista z 20-letnim doświadczeniem w pracy z gwiazdami, markami i mediami. Historyk mody, który wierzy, że styl to narzędzie transformacji życia – nie kolekcja ubrań. Tworzy autorskie programy analizy szafy i prowadzi warsztaty, które łączą wiedzę o historii mody z praktycznymi umiejętnościami budowania ponadczasowego stylu. Przez następne 20 lat miałem przywilej pracować z: Gwiazdami polskiego show-biznesu – przygotowując ich do najważniejszych eventów Markami odzieżowymi – tworząc kampanie i kierując wizją Setkami klientów prywatnych – pomagając im odnaleźć siebie przez styl. Wierzę, że najpierw jesteś człowiekiem, dopiero potem masz styl. I to właśnie Wam dzisiaj pokażę – jak znaleźć styl, który służy Waszemu życiu, nie trendom. Zaczniemy!

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 występów 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.

## Informacje dodatkowe

Szkolenie odbędzie się stacjonarnie w terminie 16–18 stycznia, zaś 25 stycznia zaplanowano część niestacjonarną (follow-up) dla wszystkich uczestniczek. W ramach follow-upu wszystkie uczestniczki spotkają się wspólnie.

## Warunki techniczne

Usługa realizowana w części niestacjonarnej odbywa się za pośrednictwem platformy Google Meet. Uczestnik powinien dysponować urządzeniem umożliwiającym udział w wideokonferencji (komputer stacjonarny, laptop, tablet lub smartfon) wyposażonym w sprawną kamerę, mikrofon oraz 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 lub aplikacji Google Meet oraz adresu e-mail umożliwiającego otrzymanie zaproszenia do spotkania. Platforma zapewnia dostęp do prezentowanych treści, materiałów szkoleniowych oraz interakcji z prowadzącymi i pozostałymi uczestnikami w czasie rzeczywistym. Adres konferencji cyfrowej zostanie przekazany w ostatnim dniu części stacjonarnej szkolenia.

# Adres

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

Usługa realizowana będzie w formule stacjonarnej, w trzech pracowniach 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. W pracowniach realizowana będzie całość części szkoleniowej, obejmującej pracę warsztatową, ćwiczenia praktyczne, symulacje oraz bieżący follow-up realizowany w czasie rzeczywistym.

Indywidualny follow-up po zakończeniu części stacjonarnej realizowany będzie w formule zdalnej (online), z wykorzystaniem narzędzi komunikacji elektronicznej. Forma online umożliwia dogłębną informację zwrotną, monitorowanie wdrożenia kompetencji oraz archiwizację dokumentacji potwierdzającej osiągnięcie efektów uczenia się. Follow-up stanowi integralny element 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](mailto:krystiangawecki-81@wp.pl)

**Telefon** (+48) 510 060 658